## الإعلام المركي ومناهم الأجنادة السياسيم

## العراقات



## الإعلام المرئي وصناعة الأجندة السياسية العراق نموذجاً

## الإعلام المرئي وصناعة الأجندة السياسية العراق نموذجاً

تأليف د. حيدر محمود محسن الخزرجي

> الطبعة العربية 2015م



### المملكة الأردنية الهاشمية رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية ( 2014/12/5643)

302.2

الخزوجي بحياس مبعمود محسن ،

الإعلام المرثي وصناعة الأجندة السياسية- العراق تموذجاً/ حيدر محمود محسن البقررجي .- همان ، دار أمجد للنشر والتوزيع،

( ) من

2014/12/5643 :1.3

الواصفات: الأعلام// وسائل الاتصال// العراق.

**ISBN** 

978-9957-99 -043-5

(ردمڪ)

### Copyright ©

جميع الحقوق محقوظة: لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزم منه أو تخزينه في نطاق استعادة المطومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إثن خطي مسيق من الناش

All rights reserved. NO Part of this book may be reproduced, stored in aretrival system, or transmitted in any form or by any means, without prior permission in writing of the publisher.

## دار أمجد للنشر والتوزيع

-4717 £7017477 ±2368

ጭርቨ : የየተፈመተዋነዋው ፕሬዓንያያያያያያያው «የተሞልተያያያያው።

dar.almajd@hotmail.com dar.amjad2014dp@yahoo.com عان - الرين - رط البلد بهم النبي الثان



## بِسْ مِلْلَهُ ٱلرَّحَ الرَّالِيَّةِ الرَّحَ مِنْ الرَّحِ مِنْ أَصْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُ مِنْ أَصْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُ مِنْ ٱلْعِلْمِ إِلَّا قَلِيهُ لَا الرَّصُ ﴾ ومَا أُوتِيتُ مِنْ ٱلْعِلْمِ إِلَّا قَلِيهُ لَا الرَّصُ ﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة الإسراء (الآية 85)

إلى...مبعث اعتزازي وفخري الدائم ... أبي

إلى... عينٍ إذ سقتني، إذ رعتني ببذلٍ لستُ أوفيه وربي ... أمي

إلى... توأم روحي ورفيقة دربي ... زوجتي

إلى... نور عيني وفرحة قلبي ... أولادي مهيمن وعلي

إلى ... من تكالبت عليه الأعداء ... وطني العراق

## المحتويات

رخ الايلاد	
11	المدد
	الفصل الأول الإعلام المرئي والجمور
17	المبحث الأول : الخصائص الاتصالية للإعلام المرئي
47	المبحث الثاني : الجمهور وأهميته في العملية الاتصالية
67	المبحث الثالث : الرأي العام ودوره في العملية السياسية
	الفصل الثاني نظريات التأثير في الاتصال ونظرية ترتيب الأولويات
95	المبحث الأول: مدخل إلى نظريات التأثير في جمهور الاتصال الجماهيري
123	المبحث الثاني : نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)
155	المبحث الثالث : المقدرة الإقناعية للإعلام المرئي
	الفصل الثالث القنوات الفضائية العراقية وأترها في الجهور العراق
177	المبحث الأول : الاتصال ودوره السياسي في الجتمع
207	المبحث الثاني : ماهية الإعلام المرئي الفضائي العراقي
237	المبحث الثالث : الإعلام العراقي وتعزيز ديمقراطية الانتخابات العراقية

# القصل الرابع دور القنوات القضائية العراقية في ترتيب أولوبات الجمهور العراقي إزاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية المبحث الأول: تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها المبحث الثاني: توصيف بيانات المشاهدة لعينة الدراسة قائمة المصادر والمراجع

### المقدمة

أستحوذت وسائل الاتصال الجهاهيري في عصرنا الحالي على الإهتهام، لما لها من قوة التأثير في الأفراد والجهاعات والمجتمعات، خصوصاً بعد تطور تقنيات الاتصال، إلى درجة أصبح فيها القائم بالاتصال باستطاعته أن يتلاعب بعقول الأفراد ونفسياتهم.

وأصبحت وسائل الاتصال الجهاهيري أداة تُساند القوة السياسية والاقتصادية والايديولوجية والعسكرية في الدول الحديثة؛ وكان للدور الحيوي الذي تمارسه هذه الوسائل في المجتمع الدولي ولاسيها القنوات الفضائية سببٌ في كثرة نظريات التأثير في الاتصال الجهاهيري على مدئ القرن العشرين، ومما أسهم في كثرة هذه النظريات بشكل أساس التناقضات والصراعات التي شهدتها هذه المجتمعات من كل نوع والناجمة عن إختلاف الأنظمة الفكرية والجيوسياسية والاقتصادية والعسكرية والإجتهاعية والثقافية؛ فضلاً عن أن الرسائل الإعلامية باتت تحاصر الفرد حيثها يكون مع إختلاف مضامينها نما جعل لزاماً على الباحثين في مختلف المجالات يكون مع إختلاف مضامينها نما جعل لزاماً على الباحثين في مختلف المجالات الإجتهاعية والسياسية والنفسية والإعلامية أن يبحثوا في تأثير وسائل الاتصال الجهاهيري على الجمهور؛ إنطلاقاً من اعتبار الجمهور أهم أطراف العملية الاتصالية والمدف الرئيس لأية وسيلة إعلامية تقوم بإرسال رسالة اتصالية معينة، إذ إنه في غياب المعرفة التفاعلية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقناعية للقائم بالاتصال غياب المعرفة التفاعلية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقناعية للقائم بالاتصال غياب المعرفة التفاعلية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقناعية للقائم بالاتصال غياب المعرفة التفاعلية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقناعية للقائم بالاتصال غياب المعرفة التفاعلية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقناعية للقائم بالاتصال غياب المعرفة المناعلة المناء

وقد ساد الإعتقاد في فترات مبكرة من القرن العشرين أن لوسائل الإعلام الدور الحاسم في التأثير بالجهاهير وصانعي السياسات، وتعمق هذا الأمر بعد ازدياد الأهتهام ببحوث نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) مع بداية الثهانينيات من القرن الماضي والتي تدور حول دور وسائل الاتصال في وضع وترتيب أولويات صانعي السياسة والجمهور؛ إذ أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية لدى الجمهور.

وقد نتج عن حاجة الإنسان للمعلومات السياسية وترابط النظم السياسية بالعمل الإعلامي علاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية، وأثبتت وسائل الانصال الجهاهيري وفي مقلمتها التلفاز أن لها دوراً فاعلاً ومؤثراً في الرأي العام اثناء الإنتخابات وفي أغلب دول العالم لاسيها الدول ذات الأنظمة الديمقراطية؛ وعن طريق دراسة التأثير المتبادل بين وسائل الاتصال الجهاهيري وخصوصاً التلفاز وبين الجمهور العراقي والدور الذي مارسته القنوات الفضائية العراقية في التعريف والتحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية وجعلها ضمن أولويات القضايا التي يهتم بها الجمهور العراقي ومدئ إمكانية الإسهام في صنع رأي عام تجاه هذه القضية السياسية التي تؤرخ لمرحلة مهمة من تاريخ العراق السياسي بإعتهاده النظام الديمقراطي في الحكم والتداول السلمي للسلطة بعد سقوط النظام السياسي السابق في 9 نيسان 2003.

وبناءً على ما تقدم، تعالج هذه الدراسة موضوعاً يتعلق بواقع اتصالي جماهيري، بحمل مضامين وقيهاً جديدة ولعل أهم معالر هذا الواقع الذي وجدت وسائل الإعلام العراقية نفسها فيه بعد سقوط النظام السياسي السابق، هو الحرية في المتعبر ومحارسة نشاطها والتعلدية وعلى المستويات كافة؛ وهذه الدراسة تعد أول تطبيق عملي عراقي على نظرية ترتيب الأولويات، إذ أن الموضوع الذي تدولته الدراسة لم يُدرس ويُحلل من قِبل الباحثين في مجال الإعلام والاتصال في العراق لحين كتابة هذه الدراسة، كها لوحظ محلو الساحة الأكاديمية الإعلامية وأفتقار المكتبة العراقية وحاجة وسائل الإعلام العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية إلى دراسة من هذا النوع، لاسيها أنها تُدرس في سياق الإعلام العراقي وتأثيراته على جهوره وهذا يُضيف ميزة إضافية هذه الدراسة تسهم في تعزيز المكتبة العراقية ببحوث جديدة تواكب ظواهر إعلامية متسارعة الظهور والتغيير؛ إذ أنها (النظرية وتطبيقاته) دُرِسَتْ في سياقات إجنهاعية عربية وأجنبية أخرى تختلف عن البيئة السياسية والاقتصادية والثقافية والإجتماعية والإعلامية للعراق، لاسيها وأن المجتمع العراقي ما يزال ينظر إلى وسائل الإعلام بوصفها أقنية للسلطة.

والله ولي النتوفيق ...

المؤلف 2010

## الفصل الأول

## الإعلام المرئي والجمهور

المبحث الاول: الخصائص الاتصالية للإعلام المرئي المبحث الثاني: الجمهور وأهميته في العملية الاتصالية المبحث الثالث: الرأي العام ودوره في العملية السياسية

## المبحث الأول

الخصائص الاتصالية للإعلام المرئي

### تمهيد:

أصبح الحديث عن الاتصال وتأثيراته من الأمور اليومية بإعتباره صلة المجتمع بعضه بالبعض الآخر، وحلقة الوصل الأساسية بين الأفراد والجهاعات والمؤسسات، ورعم أن عملية الاتصال قد تبدو لنا إعتبادية وتلقائية دون النظر إلى دلالتها وأهميتها الإجتهاعية، إلا أن هذه التلقائية تخفي وراءها أبعاداً لعملية إجتهاعية معقدة، فهي لا تقتصر على من يقول لمن ؟، وإنها هنالك أبعاد أخرى تتعلق بالمستوى الاتصالي، والأسلوب والآداء الاتصالي وكذلك الوظائف التي يحققها الاتصال؛ وبمعنى آخر، ليس من الممكن تصور وجود مجتمع ما أو فعالية إجتهاعية بلا علاقات اتصالية، فلا يمكن دون الاتصال أن تتكون أو تتمو المعايير والقيم والمضامين الثقافية وعمليات التعليم الإجتهاعية والعلاقات التي تُكون عجتمع ألى مجتمع أساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع أله والعلاقات التي تُكون عبيمة عناصر أساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع أله والعلاقات التي تحتمه أله المساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع أله المساسية وحيوية في وجود وحياة أي محتمع أله المساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع أله المساسية وحيوية في وجود وحياة أي مجتمع أله المساسية وحيوية في وجود وحياة أي محتمع أله ولي المساسية وحيوية في وجود وحياة ألي محتمية عناصر أساسية وحيوية في وجود وحياة ألي عبية المساسية وحيوية في وجود وحياة ألي المحتمة عناصر أساسية وحيوية في وجود وحياة ألي المحتمة عناصر أساسية وحيوية في وجود وحياة ألي المحتمة عناصر أساسية وحيوية في وحيوية في وحيقة في وحيوية في و

## مفهوم الاتصال:

تشير كلمة الاتصال إلى معاني كثيرة لدى الجمهور؛ فالبعض ينظر إليها على أنه علم، والبعض يُعدّما نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينها يعتقد البعض أنها فن، وهي قد تكون نشاطاً عقوباً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً؛ ويُنظر إلى الاتصال على أنه أحد أشكال العلاقات بين الناس، تدور عن طريقه عملية نقل وتلقي الحقائق والآراء والأفكار والمعاني والمهارات والتجارب والأحاسيس والإتجاهات وطرق الآداء المختلفة من شخص إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى، ومن جيل إلى آخر، ولأن الهدف الأساس للاتصال هو المشاركة في الخبرة بحيث تصبح الأفكار والمعاني والتجارب مشتركة أو مشاعة بين أطراف العملية الاتصالية، فإن الفضل الأكبر فيها حققته الإنسانية من تقدم على مر العصور بعود إلى الاتصال، لأن التاريخ البشري سلسلة من عمليات أعقال الأفكار المحارب عمليات أعقال الأفكار

<sup>1</sup> حسد جاعد عمس، التعطيط الإعلامي (القاعيم والاطار العام)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عبان - الاردن، 1998، ص13 2مبال طعمت عمود، مدخل إلى علم الانصال، بلاء الاسكندرية، 2002، ص11.

بين الأفراد والجهاعات والأجيال؟ فالاتصال جزء من الحياة الطبيعية للمجتمع الإنساني بدومه تنعدم أسباب الحياة الإجتهاعية من أساسها؟ وهذا القهم هو الذي دفع إلى وصف الإنسان بالمحلوق الاتصالي، فالإنسان ومنذ ولادته هو في اتصال دائم وبلا إنقطاع مع ذاته والمحيطين به وبعال الأشياء والأحياء من حوله.

وإذا كانت هماك مجموعة أساسية من العواسل المؤثرة والتي أدت في مجملها إلى تغيير وجه العالم من عدة جوانب، منها السياسة والاقتصاد والمعرفة والعلم والتقنية، فإن العمليات الاتصالية كانت جوهر تلك التأثيرات، وفي أكثر صورها فاعلية، سواء من جانب القائمين بالاتصال، المهتمين بالتحولات المتنوعة على ماهيات حياة البشر وتداعياته المجتمعية، أو من جانب وسائله المتزايد دورها بإستمرار، في هذا الزمن، حتى أصبح مساهماً فقالاً ومؤثراً في ترتيب أولويات الأهنام في المجتمع وفي مجمل مستوياته.

ويُلاحظ أن هناك تعدداً في المفاهيم التي طُرحت لتحديد معنى الاتصل بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، وبتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذه هؤلاء البحثون في الإعتبار عند النظر إلى هذه العملية؛ فالاتصال كمصطلح يعني، وحسب مديراه (كارل هوفلاند) بأنه "العملية التي ينقل عمداً بمقتضاها الفرد (القدم بالاتصال) منبهات (عادةً رموز لخوية) لكي يُعدل سلوك الأفراد الأخرين (مُستقبي الرسالة)" اكما وتم تعريفه بأنه "العملية المتمثلة في نقل وتلقى الحقائق والآراء والأفكار

<sup>1</sup> هادي ميان اهيلي، الاتصال والتعير الثقاني، للوسوعة الصغيرة -23، دار الخرية للطباعة، روارة الثمانة والسون، بعدان 1978، ص5-6

<sup>2</sup> عدالله الطوير في، عدم الانصال المعاصر (دراسة في الأنهاط والقاهيم وحال الوصيلة الإعلامية)؛ ط2، مكيه العسكان، الرياص، 1997، ص27

<sup>3</sup> أرست راب، قوات السلطة (بأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية)، ت: موسئ جمعر، تار الشؤون الثقافية العلمة، معداد، 1986. ص17 -20

<sup>4</sup> جيهان أحمد رشيء الأسس العلمية لنظرمات الإعلام، دار الفكر العربي، الفاهرة، 1978، ص50.

والمعاني والمهرات والتجارب والأحاميس والإتجاهات وطرائق الآداء المختلفة، بين شخص وأخر، وبين هماعة وأخرئ، وبين جيل وآخر"؛ وتم تقديم تعريف للاتصال يتمثل في أنه: "عملية يقوم بها الشخص في ظرف ما بنقل رسالة ما تحمل المعلومات أو الأراء أو الإتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لهدف ما عن طريق الرموز والصور والإشارات بغض النظر عها بعترضها من تشويش".

وقد حدد الباحثون في مجال الاتصال العديد من الوظائف للاتصال، إلا أن محدده (De Fleure) و (Ball Rokeach) يبدو قريباً من مضمونه ومفهومه، إضافة إلى أنه في صميم موضوع الدراسة، إذ وحسب رؤيتهم تتمثل وظائف الاتصال والإعلام فيها يأتي:

- 1. إعادة بناء الواقع الإجتباعي.
- 2. تكوين الإتجاهات لدئ الجمهور إذا ما تم الاعتباد على وسائل الإعلام.
  - 3. ترتيب الأولويات لدئ الجمهور (وطيفة وضع الأجندة).
    - 4. توسيع نسق المعتقدات لدئ الناس.

وقد شهد الاتصال تطوراً ملحوظاً إلى حد أنه لر يعد يُنظر إليه بأعتباره نقلاً للأفكار والمشاعر فحسب، بل هو فن نقل لها، وتتشارك معه فنون كثيرة أخرى من أجل أن تتسم عمليات الاتصال بسيات الفاعلية والوضوح والجهال.

<sup>1</sup> هادي معان الحيشي، الاتصال والتغير المضاني، مصدر سابق، ص5.

<sup>2</sup> برُّمان شاري، مناحر في الاتصال الجهاميري ونظريات التأثير، ط2، دار الكتلي، الاردن الريف 2008، ص10 3 صالح حليل أبر أصبح، الاتصال والإعلام في للجنمعات للعاصرة، ط5، دار مجدلاري للنشر والتوزيع، همّان، 2006، ص207 4 مادي معيان الهيئى، الاتصال الجهاميري (المنظور الجنيف)، دار الشؤون النقافة العامة، مقلاد، الموسوعة الصحيرة، العدد 412، 1998،

## الإعلام والعملية الانصالية:

يجد بعض الباحثين في مجال الاتصال أن هناك إختلافاً بين مصطلحي الاتصال والإعلام، إذ إن الأخير يستخدم للدلالة على مضمون الرسالة، ويميز تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الانصال الذي صدر عن منظمة اليونسكو بين المفهومين، فالإعلام هو "المنتج" أي الأنباء والبيانات وسائر مضامين وغرجات وسائل الإعلام والأنشطة والصناعات الثقافية؛ بينها الاتصال "هو عملية تبادل الأنباء والحقائق والآراء والرسائل فيها بين الأفراد والجهاعات".

أن هائين الكلمتين قد تتقاطعان بحيث إننا نجد البعض يستخلم إحداهم بدل الأخرى، ولكن على العموم بمكننا القول إنه إذا كان الإعلام يعني أساساً المعطيت والأخبار والمعرفة، فالاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات، وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوئ)، فالاتصال في العالب عبارة عن عملية (علاقة)، إذ أنه يُفعّل الإعلام بجعله أمراً عملياً، بل قد يوصف الإعلام بأنه يشكل إحدى وظائف الاتصال الأساسية الثلاث: الإعلام، التعليم، الترفيه؛ ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك انصال دون إعلام.

لذا وبدء على ما تقدم، فإن من الحطأ المساواة بين مفهومي الاتصال والإعلام، لأن الاتصل أعم وأشمل من الإعلام وأعمق مضموناً منه ؟ كما أن الإعلام هو عملية لاحقة لعملية الاتصال العامة، له أدوات جماهيرية ووسائل، والإعلام عن طريق عملية الاتصال عمد إلى تزويد الماس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي

<sup>1</sup> محد هشم الهشسي، تكولو حيا وسائل الاتصال الجهاهيري (مدخل إلى الاتصال ونقتياته الحديثة)، دار أسامة لعشر والتوريع، عيّان، 2004، ص19

<sup>2</sup> مغيل دليو، (لاتصال (معاهيمه-مظرباته- وسائله)، دار العجر للنشر والتوزيع، العاهرة، 2003، ص18

<sup>3</sup> مصطعى المصدودي، النظام الإعلامي الجنيد، عالم المردة، الكويت، 1985، ص123

تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موصوعياً عن عقلية الجهاهير وإتجاههم وميولهم.

والجدير بالذكر أنه لا يوجد اتفاق لدئ العلماء والباحثون في مجال الإعلام على تعريف موحد لمفهوم الإعلام، وذلك لأن العملية الإعلامية التي تقوم عني (الاتصال) تتداخل مع كثير من العلوم الإنسانية، مثل علم الإجتماع وعلم النفس وعلم الإدارة وغيرها من العلوم الدراسة الاتصال.

## وسائل الاتصال الجياهيري:

لر بعد هناك شك بأن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام والاتصال، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه، وشدة الخطورة.

إن مفهوم الاتصال الجهاهيري يعني "عملية نشر أو بث أو إيصال لرسالة م، في ظرف م، تحمل أخباراً ومعلومات وآراء أو إتجاهات أو مشاعر حول حدث أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة تتصل بالأهتهامات العامة في المجتمع، أو يمكن أن تثير الأهتهامات الجهاهيرية، يقوم بها موسل عبر وسيلة اتصال، من أجل الوصول إلى دواثر جماهيرية واسعة بهدف الناثير في الرأي العام بغض النظر عها قد يعترضها من تشويش"؛ وتتعدد وسئل الاتصال الجهاهيري إلى أربعة أصناف أساسية هي: الطباعية والسمعية والبصرية والسمعية والبصرية والسمعية والتصادية السمعية والاقتصادية المعامية والاقتصادية الاجتماعية والثقافية والفكرية والنفسية والأخلاقية العامة.

ويُعد التلفاز وسيلة اتصال تؤدي مع غيرها من وسائل الاتصال الأخرى دوراً حيوياً في حياة إنسان العصر الحالي الذي سُمي بعصر (ثورة الإعلام)، والذي أصبح فيه

<sup>1</sup> بهذه مشم المشمي، تكنولوجيا وسأثل الاتصال الجياميري، مصدر سايق، ص20 . 2 برهاد شاري، مصدر سايق، ص16.

الفرد بإمكانه إستخدام حقه الطبيعي في إستقاء المعلومات والأقكار عن طريق أي وسيلة حتى يتمكل من معرفة ما يدور في بيئته وفي العالر أجمع في اللحظة ذاتها، وهذا ما دع عالر الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان للقول بأن وسائل الإعلام قد حولت العالر إلى (قرية عالمية أو إلكترونية)، فهي تتسابق إليه منذ أن يستيقظ في الصباح إلى أن يغمض عينيه في المساء لتنفذ إلى عقله وفكره ويتسابق هو إليها ليجد عندها الإجابة على سؤاله الأزلي (مالخبر؟).

ومقدرة أي وسيلة اتصال هماهيرية على جعل المضمون يتسم بحيوية أكبر وواقعية قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة، إذ تعتمد الرسالة الإعلامية إعتباداً كبيراً مهما كان نوعها ومصدرها على طبيعة الوسيلة المستخدمة في توصيلها من جهة، وطبيعة الجمهور المستهدف من جهة أخرى، فوسائل الاتصال رغم أبها قد تسلب كل منها الأخرى بعض خواصها إلا أنها في النهاية يُكّبِل بعضها البعض الآخر وتؤثر كل منها في جماهير معينة بطريقة معينة.

## مناصر التأثير في التلفاذ:

أصبح التلفاز أوسع وأهم وسيلة اتصال جماهيري، لامبيا أنه يعد وليد آباء ثلاثة (السينها والمسرح والراديو)، بما أتاح للمشاهد رؤية مجموعة من الوسائل الاتصالية في آن واحد، كما أنه يُلخص أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى أوجه التقدم الذي أحرزته وسائل الاتصال في ربع القرن العشرين، إذ إنه وسيط لنقل الصور المتحركة مثل السينها ولنقل البرامج مثل الراديو ولنقل الدراما والتي هي أصلاً من خصائص المسرح، فضلاً

<sup>1</sup> مورية مهيم المن لإداعي، دار للعارف سمسر، فقاعرة، 1978، مر25.

<sup>2</sup> مسير عمد حسن، الإعلام والانصال بالجيامير والرأي العام، عار الكنب، القامرة، 1984، ص146

<sup>3</sup> سعد قبب وكرم شابي، الصحاقة الإذاعية، دار الحرية للطاعة، يتناد، 1972 ، ص141 141

<sup>4</sup> إدوارد مساميف ورودي برينز، برامج التلفزيون إنتجها وإخراجها، ت أحمد طاهر، دار الاتحاد العربي للعباعة، القاهرة، ب ب، العر 30

عن أنه يجمع العناصر المؤثرة في خيال الجهاهير وهي (الصوت والصورة والحركة واللود) فيسيطر على حواس الإنسان.

إن للتلفاز ميزة خاصة كونه الوسيلة التي تعتمد الطبيعة التلازمية لثنائية الصوت والصورة في بقل المضمون الإعلامي، وله بذلك تأثير مزدوج على المتلقي؛ يتمثل الأول في تأثير الصورة على نفسيته بشكل مباشر ولا تؤثر على عقله وأصبحت هي التي تشكل (الإتجاهات وتصوغ القيم وتوجه السلوك لملايين المشاهدين)؛ والثاني يتمثل في تأثير الكلمة التي يمكن أن تفعل فعلها المؤثر على المتلقي إن هي أستخدمت بالطريقة الصحيحة والمؤثرة؛ وعليه فأن للصورة التلفازية أثراً كبيراً على المتلقي من حيث الفهم والإستيعب، فهو لا يحتاج إلى عناء وجهد وتحليل ليفهم ما يريد أن تقوله الصورة، وبذلك يكون التلفاز وسيلة (أنصاف المتعلمين) لفهم ما يدور حوهم وبناء معارفهم الموجودة أساسياته لديهم؛ فخصية الصورة التي يتميز بها التلفاز تنميز بطابع إثباتي قوي، إذ تتمتع بقدر كبير من المناس في الوقت ذاته، لاسيها إن فكرة النقل الحي كانت تشكل دائماً العنصر الأساس في المالفاز".

وبذلك أصبح التلفاز أحد معجزات القرن العشرين، فلم يمض إلا سنوات قليلة حتى أصبح وسيلة فعالة من وسائل الاتصال الجهاهيري يوجه إلى أعداد كبيرة جداً من المشاهدين، وعن طريقه يمكن تقديم المعلومات التي يتعذر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة إذا أستخدمت كل منها بشكل منفرد، وبهذا فإن التلفاز يكاد بفترب من الاتصال الشخصي لاسيها أنه يتميز بفاعليته في التأثير على الآراء والمواقف

<sup>1</sup> حسن علوان، موضوعة الإرهاب في الفصاليات العربية، أطروحة دكتوراه غير منشوره، كلية الأداب والتربيه، الأكاديميه العربية الفتوحة و الدنيارك، 2008، ص34.

<sup>2</sup> جرد كرريق المغزيون وللجنبع، ت: أديب خضور، للكتبه الإعلامة، بمشق، 1999، ص6.

لدئ المتلقين، لللك يُستخدم بنجاح في إحداث كثير من التغييرات الإجتهاعية والاقتصادية والثقافية والسياسية؛ لما يتميز به من قربه من واقع الاتصال الوجاهي مما يريد من فاعليته وأثره في نقوس المتلقين لدرجة أختلاط الأمور عند بعض المشاهدين وعدم قدرتهم على التمييز بين الواقع والخيال؛ وفي ظل الإعتقاد السائد بأن الجمهور يعتبر الموضوعات التي تبرزها وسائل الإعلام مهمة في معظم الحالات والنبي أستمدت هذا الدور من سلطتها غير المسبوقة في تاريخ البشرية وهي سلطة التأثير في العقل البشري؛ كيا أنه يقدم وينقل (الواقع كما جرئ) أو (كما يجري)، مما يُشعر المُشاهد بالفورية التي تزيد من واقعيته وتزيد من قوة تأثيره عن طريق اعتياده الصورة المتحركة التي تُحيل المعلومات والأفكار المجردة إلى صور حية قابلة للفهم والإدراك ومحركة للمشاعر، لاسيها عند إستخدام الألوان أي (التلفاز الملون) الذي يضفى عليه جاذبية لا تُضاهئ وتصُعب مقاومة إغرائها، فيصبح المعرض التلفازي أقرب إلى حقائق الحياة؟ كما إنه وعن طريق إنتاج صورة حية مباشرة أو مسجلة، أمتلك التلفاز أهم سمة تعريفية له من حيث كونه وسيلة اتصال بقدرته على إعطاء المُشاهدين إحساساً بالمراقب المستقل وشأهد العيان على الدريخ الذي يمر أمامه على الشاشة وبذلك يمتلك المشاهد إحساساً بالمشاركة بالنيابة في الأحداث، وهمأ نموذج من الإرتباط الاتصالي، ونقطة رئيسة، نسبياً، لملثقة بين التلفاز وجمحيره الوبذلمك فإن الصوت والصورة الملونة يمثلان دعمأ للرسالة التلفازية بكل أشكاله ذلك أن الرسالة التي يتلقاها القردعن طريق حاستين تثبُّت أكثر من الرسالة التي يتلقاه الفرد عن طريق حاسة واحدة".

<sup>1</sup> عد الرحم عمد الميسوي، علم النص الإعلامي، عام الراتب الجامعة، بيرونت، 2004 ، ص 61.

<sup>2</sup> كرم شلبي، اخمر الإداعي، دار الشروق، جدة، 1985، س77

<sup>3</sup> حرب كورسان التليمريون والمجتمع مصدر سايق، ص8.

<sup>4</sup> عاطف صلي الدد عيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والإسهامات العربية)، دار العكر العربي، القاهر ف 1998، ص245

والتلفاز يعد أقدر وسيلة اتصالية - إعلامية عرفها الإنسان لما له من بميزات لا تتوافر في غيره من وسائل الإعلام لاسيا سيطرته وخاطبته لحاستي البصر والسمع في آن واحد وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالاً بها يجري في نقس الإنسان من أفكار ومشاعر وهده المخاطبة التلفازية تتم عن طريق الصورة والصوت والحركة واللون، وتتضح أهمية ذلك إذا ما عرفنا أن الإنسان يكنسب ما يقرب من (90٪) من معرفته عن طريق حاسة البصر وحدها وبنسبة (8٪) عن طريق السمع وأن العين تجذبها الحركة أكثر من أي شيء آخر، وأن أستيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة (35٪) عند إستخدام الصورة والصوت في وقت واحد كها تطول مدة الأحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة (55٪)، ما أسهم كثيراً في إنتشاره جماهيرياً بين مختلف فئات المجتمع.

ويعد التلفاز أكثر الوسائل الإعلامية شعبية ذلك أن جمهوره واسع ومتنوع ولا يمكن الأستغناء عن كل ما يقلعه من برامج على إنه يعد وسيلة تُيسر الإعلام للناس دون أن تكلفهم جهداً، وذلك يتضح عن طريق القنوات الفضائية وربط المُشاهدين عبر قرات العالم بوقت واحد، إذ ينقل أحداث العالم في لحظة وقوعها، خصوصاً وأن مُشهدة التلفز اليوم أصبحت سهلة للغاية بمجرد الضغط على جهاز التحكم عن بعد اليوم أصبحت سهلة للغاية بمجرد الضغط على جهاز التحكم عن بعد الدراست الإعلامية أن التلفاز من أقدر وسائل الاتصال على التكوار والإعادة وتقديم الموضوع والفكرة الواحدة بأشكال وقوائب متعددة، بحيث يظهر في كل مرة كأنه موضوع جديد، وهذه الخاصية في التلفاز هي من أبرز عناصر التأثير، فإعتهاد الأصلوب غير المباشر بحمل الأثر أبلغ وأشد، إذ أن له القدرة على إعادة كثير من المعلومات التي يريد عرضها

I عبد معوض؛ الخير الإذاعي والتلمزيوني، دار الكتاب الحدث، القاهرة، 2000، ص64 .

<sup>2</sup> عبد منهر سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية وللكتبة العصرية، بيروت، 1999، ص64-65.

<sup>3</sup> عداماشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقبار الصناعية، ط2، دار المتاهيج للنشر، عيّان، 2003، ص55

مرات ومرات دون شعور من المشاهد بهذا التكرار نتيجة لإمكانية الإخراج التلفازي الجيد، بما مكن الرسائل التي يبثها التلفاز من التأثير في نفسية المشاهد أكثر من أي وسيلة اتصال أخرى، وهذا أمر طبيعي ما دام التلفاز قادراً على تكرار الموضوع بشكل مرغوب فيه في كل مرة؛ وتشير بعض البحوث أنه يعد المصدر الرئيس للتسلية والمصدر المبني على المصداقية للأخبار، ويعتبره آخرون تجربة تربوية شاملة في العلوم والأدب واللغة والجغرافية والفنون المختلفة، ومصدر المعلومات الرئيس لدئ الفردا.

## التلفاز ودوره في المجتمع:

لريكن التلفاز في بداياته في الثلاثينيات سوئ حادث تكنولوجي ونتيجة لإختراع نظام بث وتلقي إشارات ولريكن يعرف الإعلاميون بعد كيف يستخدمونه، ثم أصبح وسيلة إعلامية جماهيرية تمارس تأثيراً لا مثيل له على حياتنا اليومية، فهو كوسيلة اتصال بالغة التنوع، لا يخاطب البصر والسمع فقط، ولا يتحصر على العقل والوجدان كها هو الحال بالنسبة للرسالة الاتصالية المكتوبة، بل يحاطب أيضاً الشعور والمعاطفة والغرائز، فضلاً عن تأثيره في بعض الأحيان بإتجاهات الجمهور وسلوكه وعاداته، لاسيها أن جمهور المساهدين لا يستهدف من التلفاز كجهاز إعلامي سوئ فهم ما يحيط بهم من ظواهر وأحداث، والحصول على معلومات جديدة وفوق هذا وذلك التسلية والترفيه والإسترخ، والحروب من مشاكل الحياة اليومية.

ولطله يُشار إلى أن وسائل الإعلام وفي مقلعتها التلفاز تساعد في ترسيخ نظام من الأولوبات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه، وهي في سعيها إلى تحقيق ذلك، لا تعمل

<sup>1</sup> سنران عبد الرزاق بدرائه المتلفزيون وسيكولوجية الفرق بجلة البيموطة ع18، بعدان اتحاد اذاعات الدول العربية، ايلول 1986، ص68

<sup>2</sup> مي العبد لله مسر، البلغريزان إلينان والعالم العربي، دار النهضة العرمة للطباعة والنشر، بيروت، 2001، ص27. 3 عمد معرض، للدخل إلى شواذ العمل التلقريون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص115.

على أن تسجل الماضي وتعكس رؤية الحاضر فحسب، وإنها هي قد تؤثر في المستقبل أيضاً، ويعد التلفاز الوسيلة الجمهاهيرية الأهم والأقوى والأكثر تأثيراً في جمهور المشاهدين، فهو ينقل أفكاراً ومواقف ونهاذج للتصرف، كها إن له تأثيراً جذرياً على طرق تفكيرها وإحساسنا وتصرفاتنا.

والسبة المرتفعة لساعات المشاهدة يومياً في أوساط المشاهدين للبرامج التلفازية تؤكد ذلك، فقد أصبح التلفاز جزءاً فاعلاً وأساسياً في دورة حياتنا اليومية وعنصراً مهماً من عناصر التأثير التي تحيط بالفرد منذ سنين عمره الأولى وحتى إكتبال نموه العقبي والعاطفي، هذا إضافة إلى الآثار الإجتهاعية التي أوجدها انتشار التلفاز فتأثيره في عصر التقنية الحديثة ذو خطورة بالغة على المجتمعات بسبب التحولات الراهنة التي جعلت وسائل الإعلام والاتصال بمثابة الجهاز العصبي لمجمل النشاطات الأخرئ، فهو حقاً وسيلة للاتصال الجهاهيري، لاسيّما أن الأمية لا تكون حاجزاً لمُشاهدة التلفاز فهو لا يتطلب إلا إقتناء الجهاز نفسه؛ وبذلك تؤدي وسائل الاتصال الجماهيري وخصوصاً التلفاز دوراً أساسياً في بناء النسيج السياسي للديمقراطية لأنها أكثر الوسائل المتحة انتشاراً، وعن طريقها يعبر القادة عن وجهات نظرهم، ويلتمسون حشد المساندة الجهاهيرية لسياساتهم، وهذه الوسائل تعمل كذلك في الإتجاه العكسي فتقدم للمسؤولين أخباراً حول ما يفكر فيه الناس ويريدونه، وقد كان للتلفاز دور مهم في إنقاص قوة الأحزاب وزيادة قوة الوسائل العلمة والحاصة وزيادة قدرة المرشح لملإنتخابات علل إيصال فكرته للجاهير، ومثلها هو وسيلة تفسير وإقناع وتشكيل وصناعة للرأي العام فإنه يمكن أن يوظف ويكون وسيلة إيصال صوت الشعب إلى السلطة أو مناقشة القضايا السياسية المهمة، عن طريق مشاركة الأطراف الثلاثة (السلطة والشعب والإعلام) وفي

1 حسن علوالتعمميلين سابيء من34.

<sup>2</sup> دروق عبي عمر، وسأش الاتصال الحديثة والرأي العام، أطروحة دكتوراه غير مشورة، جامعة مقدان كذية الإعلام، 2004، ص86

هذه الحالة فإن التلفاز يمكن أن يوصف بأنه (منبر) يستخدمه السياسيون لشرح وإيصال أفكرهم وآرائهم ومواقفهم لعامة الناس بهدف تحقيق الإقناع وتغيير السلوك السياسي لصالحهما.

ويقوم التلفاز كذلك بدور الوسيط بين الحكومات والمواطين بقصد التنشئة السياسية وتعميق الولاء السياسي لدئ مواطني اللولة إزاء قضاياه الوطية، أو أستخدامه كأداة ضغط للمعارضة للنظام بقصد كشف الغظاء عن خفايا هذا النظام وإبراز عيوبه وكشف الستار عن إتجاهاته وإستهالة الجمهور المعني للسخط عليه ومحاولة الثورة أو الإنقلاب على النظام وتغييره، كها أصبح التلفاز بفضل ظروفه الجديدة وتجاوزه الحدود السياسية بين الدول يمتلك قوة ذات فاعلية سياسية وزاد دوره كمراقب للشؤون الدولية، وتعمق هذا الدور بعد دخول الأقيار الصناعية في عالم الاتصال بحيث تمكنت شعوب العالم كافة من متابعة المفاوضات الدولية والحروب والندوات والمهرجات في وقت حدوثها، ومع أن التلفاز ما يزال يهارس وظيفة الإخبار، فإن تسخيره (وهو القادر اليوم على الوصول إلى معظم أرجاء المعالم) أصبح كبيراً بقصد الترويج السياسي والغزو الثقافي والحضاري، لاسيًا عبر التغطيات الإخبارية المباشرة للأحداث السياسية الساخنة في الحالم؛ إذ يقدم التلفاز المادة الإخبارية وقت حدوثها والتي (المادة الإخبارية) تكون أكثر من حاسة لتلقيها من التلفاز.

وقد أشار (لاندشتاين) إلى خطر النظر للتلفاز على أنه مصدر معلومات موضوعي يؤسس عليه الأشحاص معرفتهم بمغزئ الأحداث في العالر، إذ أن ما يظهر على شاشة

<sup>1</sup> عمد حاسم فلحي، الرظيمة السياسية للتلفريون، أطروحة دكتوراه غير مشورة، جامعة بغلاد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 1998، ص101

<sup>2</sup> مسيوري بيراهم خمامة، دور وسائل الاتصال في صبح فقرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحله العربية، بيروت، 1993، من120

التلفاز ليس الأحداث كما هي بل كما تابعها وعالجها وعي عدد من الأشخاص، ولللك فإن ما يُشهده الفرد هو من إختيار منتجي البرنامج لكي يُشاهده وهو ما يريدون منه أن يُشاهده.

ونستدل هنا بها قاله الرئيس الفرنسي الأسبق (شارل ديغول) لمتأكيد دور التلفاز في بنء المجتمعات وتأثيره الفعّال في تغيير الإتجاهات والمواقف عن طريق ما يؤديه من وظائف إجتماعية وثقافية وسياسية وترفيهية، إذ قال: "أعطني هذه الشاشة الصغيرة وأما أغير الشعب الفرنسي"، فضلاً عن توظيف التلفاز لأذابة الجماعات المختلفة والعديدة المهاجرة إلى العديد من دول العالم وبذلك يمثل التلفاز عاملاً من عوامل تقارب الأفكار والمشاعر بين أفراد المجتمع.

وتعتقد الأغلبية الساحقة من علياه الانصال والإجتباع والنفس بإمكانية تغيير مواقف الناس أو سلوكهم بأستخدام التلفاز إذا ما ضم معلومات ضرورية للناس من أجل الوصول إلى أهدافهم، فقد دخل حياة الناس، وأخذ ما يريد من وقتهم، كما غير بصورة جلرية الطريقة التي يُعايش بها الناس أحداث العالم، وليس هذا واقع بعض البلاد دون غيرها، بل إنه ظاهرة تكاد تعم بلاد العالم كافة، وبها أنه يعرض العالم والأحداث وشتئ مظاهر الحياة إلى الجهاهير فهذا يتبع له مخاطبة أعداداً ضخمة متبينة غير متجانسة من حيث الإتجاهات والثقافة والمستوئ التعليمي والعُمر والديانة والمكامة الإجتماعية والإقتصادية فضلاً عن الخصائص النفسية والإجتماعية والتي لها دلالتها، إذ تؤدي هذه الخصائص المتلفازية.

<sup>1</sup> لامونت جونسون: مظرية التلغريون، شاديب خضور، ط1، المكبة الإعلامية، دمش، 2000، ص84

<sup>2</sup> ياس حصير البياني، دراسات معاصره في الإعلام والدعاية، دار الحكمة للطباعة والنشر، مثقاد، 1991، حس163 164

<sup>3</sup> عمد معرض، المناحل إلى قتون العمل التلغزيوني، مصدر سابق، ص15

والتلفاز بوصفه أداة اتصال في عصر اتسم بالتقام العلمي والتكولوجي أصبح له قدرة على الإقناع والتأثير والسيطرة وترتيب الأولويات لدى الجمهور، فهو بطبيعته وسيط قدر على الإقناع وتكمن قوة تأثيره في أنه يقولب الرأي حسب صياغة خاصة فيستثير النقد الذي تحشاه الحكومات، وكونه أيضاً قوة لا يُستهان به تدخل في مجال إعدة صياغة الإنسان وقد تحدث عالم الاتصال (مارشال ماكلوهان) عن تأثير التلفاز قائلاً "إن التلفاز كأداة اتصال أهم من أي مضمون يذبعه، والنقاد الذين يهتمون بمضمون البرامج هم في الحقيقة يبتعدون عن القضية الرئيسة، قالناس سيشاهلون التلفاز مها كنت البرامج، بحكم أنه يفرض سيطرته على البشر بعكس أي وسيلة اتصال جماهيري أخرى"؛ فللجتمع عبر التاريخ الإنساني دائماً يتشكل بفعل مضمون وسيلة الاتصال وهذا ما قصده ماكلوهان بقوله (الوسيلة هي الرسالة)؛ وبذلك أصبح التلفاز في مناطق كثيرة من العلم الوسيلة الصحفية المهيمنة التي يستخدمها الشاهلون بشكل روتيني كمصدر موثوق المعدومات العامة، كها غير من ملامح العالم كثيراً لاسيّا في الصناعة الإخبارية التي في المعدومات العامة، كها غير من ملامح العالم كثيراً لاسيّا في الصناعة الإخبارية التي في المعدومات العامة، كها غير من ملامح العالم كثيراً لاسيّا في الصناعة الإخبارية التي عرفت في الصحافة المطبوعة من حيث الأداء والسرعة.

وفي كل الأحوال فإن بإمكان التلفاز، كوسيلة اتصال جماهيري حديثة وضمن عصر العولمة أن يؤدي أدواراً مختلفة فيها يتعلق بآراء الأفراد تجاه الأحداث التي تقع في محيطهم وتجه رجل السياسة المرتبطين بهذه الأحداث، إذ أثبت أحد البحوث العلمية أن بإمكان التلفاز تغيير آراء الجمهور حول الشؤون الخارجية (مثلاً) بخاصة عندما يقل معلومات مرئية جديدة وعندما يتكرر تقديم مثل هذه المعلومات على مدئ فترة طويلة.

<sup>1</sup> مصيف جامع العراري، الوظيمة الاتصالية للنافريون، أطروحة دكتوراه غير مشورته جامعة معداد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 1997، مر 48

<sup>2</sup> حيدة مسيسم، بطريه الرأي العام: مدخل، دار الشؤون التقافية، بعداد، 1992، ص266.

<sup>3</sup> ستيس ايسر لاسر وآخرون، لمنة وسلقط الإعلام (السياسة الأسريكية في عصر التلفزيونة)، منذ شمطة عارع، داو السفير، عمّال، 1999، ص408

## الصورة التلفازية نموذج اتصال متكامل:

م دمنا بصدد الحديث عن الاتصال المرئي (التلفاز) فإننا ضرورة نتحدث عن الصورة التي تشكل أساساً يعتمد عليه التلفاز وأحد عناصره المميزة، والتي تتمثل أهميتها في كونه المصدر الجديد لسلطات الإعلام العصرية، إضافة إلى مميزات أخرى نذكر منه.

- تتجاوز الصورة بالمشاهد حدود الزمان والمكان وتتخطئ حاجر الأمية.
- 2) تعد الصورة من أفضل الوسائل المُقتعة، إذ يؤكد الباحثون أهمية الصورة المتحركة للتلفاز، فالرؤية أساس الإقتناع (seeing is believing).
- 3) أدت الصورة المتحركة والصوت في التلفاز دوراً كبيراً في تغيير النظام الاتصابي، أي التحول من الفردية إلى الإندماجية مرة أخرى والمشاركة الحسية والبصرية محل الاعتهاد على حاسة واحدة.
- 4) يعتمد إعداد البرنامج التلفازي بحزئه الأساس على الصورة والتي بدونها يصبح كالإذاعة المسموعة.
- 5) يتجسد التطور النوعي في العمل التلفازي في إكتشاف مقدرة الصورة التلفازية على
   تقديم واقع تلفازي متكامل المعالر والملامح.
- 6) تروي الصورة المتحركة الخبر بطريقة درامية ومعه تحرك الأهتمام وحب الإستطلاع لدئ المشعدين، وتخلق للمتلقين أنطباعات تجعلهم أكثر تقبلاً للقصة الحبرية، وذلك عندم ثقدم الدئي المثليل عن طريق شريط الصور المرافق الأخبار التلفاز الذي يروي الحدث

<sup>1</sup> سبيم الاوري، الإعلام العربي والهيأر السلطات اللعوية، موكر دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص368

<sup>2</sup> محمد معرص، الخبر الإداعي والتلفزيوني، معمدر سابق، ص63-64

<sup>3</sup> عبدالله العوير في، صحامة المحتمع الجهاهيري: سوسيولوجيا الإعلام في بجنمعات الجهاهير، مكتبة العبيكان، الرياص، 1997، ص64 4 أحمد مطهر عندات، المعبير العموري في البرنامج التافريوني، عجلة الإفاعات العربية، تونس، ع4، 2003، ص87

وتفاصيله بشكل يضفي الديناميكية والحيوية على الآخبار تفتقلها غيره من وسائل الانصال الجهاهيري.

- 7) تقوم الصورة بعملية عكس جميع الأحداث التي لا تتطلب عرضاً مفصلاً أكثر، عن طريق فيلم والذي يتم بأختصار ومقدرة تعبيرية كافية، مما جعل التلفاز يستقطب الملايين من الأميين والكساك.
  - قوكد الصورة التلفازية على عنصري الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز.

ويرئ خبراء الاتصال أن السلطة في عصر الصورة التلفازية تبدو وكأنها نوع من (التمثيل السياسي المدرامي)؛ لجذب أهتهام الجمهور فلا توجد سياسة من دون إخراج مسرحي أو سينهائي وتلفازي، من دون تهويل أو شعارات تثير الرهبة والحشية، لذا ينبغي على الحاكم أن يتصرف أمام التلفاز على هيئة (المثل السياسي) من أجل أن يستولي على السلطة ويحافظ عليها، فالسلطة هي المسرح، كها ينبغي أن تكون الصورة التي يتم تشكيله عنه والآثار التي تولدها متوافقة مع ما يرغبه الجمهور، فالحاكم لا يمكنه أن يحكم إذا كنت السلطة عارية على حقيقتها؛ إلا أن الصورة التي يقدمها التلفاز ورغم كل ذلك لم تعد تعني المصداقية المطلقة بل يمكن أن تكون مصنوعة أو منحازة، إذ بفضل التكنولوجيا يمكن أن تتغير لصور أو تنقح أو يمكن تسريعها أو ابطاؤها أو أن تقاطعها صور أخرى، وتكون صوراً خيالية ولذلك لا نستطيع في العصر الحاضر الإعتهاد على الصورة.

والمُلاحظ أن هناك قدراً كبيراً من التنظيم والتلاعب الواعيين بالرموز في ثقافة الغرب، ومع إتساع المعرفة بسيكولوجية الجهاهير أصبحت القيادة أكثر وعياً بعمليات

<sup>1</sup> كورتيس ماكدوغان مسادئ تحرير الأحبار، سنة أديب خضور، للكنة الإعلامية، دمشق، 2000، ص17

<sup>2</sup> ماتن مهيم، النظرر التاريخي لداهريون وموقعه بين وصائل الإحلام، جهاز تلفريون الخليج، سلسلة محوث وهراست طعريوسه، 1983. ص28

<sup>3</sup> سبيم الخوري: دون الإعلام والطاقة الاتصالية، دار المنهل اللبناق للطباعة والنشر ، بيرونت، 2005، ص284.

<sup>4</sup> محمد جاسم بلحي، الرظيفة السياسية للتلفزيون، مصدر سابق، من102

التلاعب بالرموز، إذ ليس هناك أقوى من أثر الصورة وهي تشق طريقها إلى ذهن المتلقي دون واسطة، وما تخلفه لديه من سليبة وتقبل منفعل، لأن الصورة وسيلة لنقل وتوصيل الأفكار المتعددة في شكل بسيط، فضلاً عن توظيف الصورة سياسياً بحيث أصبحت هي المعيار والسلطة التي يحتكم بها ويواسطتها الجمهور حيال الواقع الإجتهاعي بكل تقاطعاته، فالصورة التلفازية شكلت صلطة غير خاضعة للنقاش، لاميها أن تأثيره لم يقتصر على العاديين من الباس، بل مارست حضورها المؤثر أيضاً في النخب وصدع الفعل المؤسسي في واقعنا الإجتهاعي.

ولابد من الإشارة إلى أنه ليس كل جهور مُشاهدي التنفاز يعتقد بعدم مصداقية الصورة التلفازية، إذ أن هناك الكثير من المُشاهدين من يعدها دليل قوي على المصداقية والنقة بموضوعها، على حين قد يشكك بعضهم بهذه المصداقية، وقد يرجع ذلك إلى مدى ثقة المُشاهد بالمصدر أو عوامل إنتقائية أو ظروف نفسية وإتجاهات غتلفة لدى الأفراد كأن تكون مؤيدة لإتجاهاتهم فيصدقونها والعكس صحيح، أو قد تعود للحالة العلمية للفرد ومدى إدراكه لهذه القضية، ويمكن القول إن الكثير من القنوات التنفازية تركز على بعض الصور بهدف إبراز بعض الأحداث، وتعتم على أخرى وهذا حسب رؤيتها للأحداث وم تريد إبرازه وهذا يعتمد في النهاية على سياسة القناة.

وفي هذا الصدد يقول (ديفيد برنكلي) أحد كبار رجال الإذاعة الأهلية الأمريكية:
"التلفاز وسيلة نقل مصورة، أي تعتمد على الصورة فإذا إنعدمت الصورة وأنقطعت الحركة فإن أحداً لن يهتم بالتلفاز"؛ إذ أن الإنسان في المجتمع المعاصر يعيش حضارة الصورة التي طغت في التلفاز والفيديو والإعلان والحياة العامة، ولا يقدر على الهروب من عالمها؛ وكما يحتوي التلفاز على وسائل التعبير البصرية كافة فهو يحتوي أيضاً على وسائل

<sup>1</sup> عبدالله الطرير في، صحاحة المجتمع الجهاهيري، مصدر سابق، ص26B.

<sup>2</sup> يبر الهيم و هبيء الحير الإداعي: دار الفكر العربي: القامرة: 1985: ص66.

متنوعة من وسائل النعبير الصوتي كالكلمة المنطوقة والموسيقي والمؤثرات الصوتية والتي تضيف له ميرات اتصالية تؤخذ بالاعتبار عند الحديث عن عناصره التأثيرية لدى المتلقي. مفهوم المُشاهدة:

يمكن التمييز بين المُشاهدة كإدراك حسى وبين المُشاهدة كفهم شامل بالآيا:

- 1) فكرة المشاهدة (الرؤية) كإدراك بصري بالمعنى الفيزيائي المادي، أي أن النظام الحسي لدى الإنسان يستقبل إنبعاثات مادية معينة.
  - 2) المشاهدة بمعنى القدرة على تحديد الأشياء السهلة بصرياً.
  - 3) المُشاهدة بمعنى القدرة على فهم حالات الأمور، أي القدرة على الإستقبال والفهم.

ومن الواضح وجود إرتباط وثيق بين هذه الأنواع من المُشاهدة؛ وقد حاولت الدراسات والبحوث الإعلامية تقسيم جمهور الاتصال المرثي (التلفاز) إلى ثلاث فئات، وكما يأتي:

- 1. فئة لا ردود فعل مَّا تتقبل البراسج كافة وبأنواعها المختلفة.
  - 2. فئة تتهاشين والبرامج المعروضة.
- 3. فئة تتخذمن البرامج المعروضة موقفاً متردداً ومتحفظاً وأحياناً نقدياً.

وبهذا يكون مفهوم مُشاهد التلفازيعبر عن الشخص الذي يُشاهد التلفاز ويختلف مدى إقباله على البرامج التلفازية تبعاً لأحواله ونوع البرامج التلفازية؛ وإقبال الناس على مدى إقباله على البرامج التلفازية إستخدامه والإستمتاع ببرامجه ومجانية التعرض له، وهذه

<sup>1</sup> لارز لاندستر، طرية التلمريون، ت. أديب خضور، للكتبة الإعلامية، هشتي، 2000، س77

<sup>2</sup> دروئ الراهيم صالح، تعرض ههور مدينة يقللا للقوات القضائية الإخبارية الناطقة باللغة العربيه، وسالة بالجستير عبر سشورة، كاب الإعلام، جامعة يعدد، تسم الصحافة الإداعية والتلفزيونية، 2007، ص104.

الحصائص وغيرها جعلت من المشاهدة (عادة يومية) لدئ أغلب الناس لاسيما في أوقات الفراغ.

وتختلف مُشاهدة برامج التلفاز تبعاً لتركيبة الجمهور، إذ تفضل الإناث مثلاً البرامج الكوميدية والمسلسلات العامة على حين يفضل الذكور متابعة البرامج الرياضية والأفلام، أما الأطفال والمراهقون فيُشاهدون البرامج الفكاهية وبرامج التسلبة، ويعد عامل السن مؤثراً آخر في اختيار برامج معينة فيُقبِل الكبار على مُشاهدة الأعمال الكوميدية وبرامج المنوعات والمباريات الرياضية والأفلام، أما كبار السن فيُقبِلون على مُشاهدة النشرات الإخبارية المصورة والمناقشات ولا يُقبِلون على مُشاهدة المسلسلات الدرامية والبرامج البوليسية وتأكيداً لذلك قام (Rubin) بتصنيف جمهور التلفاز حسب دوافعهم للمُشاهدة إلى :

- أ. المشاهد الإنتقائي: الذي يبحث عن المعلومات ويُشاهد الأخبار وبرامج الأحاديث والمجلات التلفازية، والأستخدام الهادف للتلفاز يعني إندماجاً أكبر أثدء ممارسة المشاهدة.
- ب. المشاهد المعتاد: الذي يُشاهد التلفاز لملء وقت الفراغ والإسترخاء والهروب
   والإثارة، وهذا النوع يُشاهد التلفاز وقتاً طويلاً ويظهر وكأنه متآلفٌ مع الوسيلة.

وهناك دلائل تؤكد أن سيكولوجية المشاهد، ومن ثمَّ التأثر بها يتم مُشاهدته وتغيير الرأي في ضوئه أمر أكثر تعقيداً بما يتصوره الكثير من الأبحاث والدراسات، والتفاعل بين الإرتباط المباشر بالمادة المعروضة على الشاشة وبين إدراك ووعى التلفاز كأسلوب

<sup>1</sup> محمد جامع ملحي، الوظيمة السياسية للتلفزيون، مصدر سابي، ص26

<sup>2</sup> ستيمر اير لابر وآخرون،مصدر سابق، ص18.

<sup>3</sup> وليام ريمرر وآخرون، الاتصال الجيامع في وللجمع للمصر عن أحمد طلعت الشيبي، دار المرقة الجامعية وممر ، 2005 مس291 4 عبد العربر حاسم تبلان أثر التعرض للتلفزيون على التفاعل الاجتهاعي، وسالة ماجستم غير مشورة، كلبة الإعلام، حصمة العامرة، 1998 ، ص10. مقلاً عن فدوئ ابراهيم مسالح، مصدر سابق، ص107.

وكاتصال إنتقائي وغائي، هو الذي ينظم العلاقة بين الشكل والمضمون التلفازيين وبين معرفة ومتعة المشاهدة، لذا فإن على وسائل الاتصال أن تزود الأقراد بالحاجات التي تساعدهم في إقامة نوع من التكيف بينها يقومون بالاتصال الإجتهاعي وهذا التكيف الدي يصبر عنصراً ضرورياً في حياة أفراد المجتمع برتبط بالإجابة عن السؤالين (كيف) و (ذذا) إضافة إلى (مدا) وبالنتيجة فإن التكيف يساعد الفرد على التعلم والمهم يسعده في تبني السلوك الملائم له في مواقف معينة؛ وفي هذا المجال فإن تأثيرات وسائل الاتصال الحديثة واسعة جداً لأنها تزود الفرد بخلاصات مميزة لقيم المجتمع ومستجداته؛ وقد أشارت نشئج دراسات حول الجمهور أن مشاهدة التلفاز يفضلها كل من:

- 1) الأفراد الذين يكون مستواهم العلمي أقل من متوسط.
- 2) الأفراد الذين يقتقدون إلى العلاقات الإجتماعية على المستوى الشخصي.
  - 3) الأفراد الذين لديهم خيارات محدودة في تمضية وقت الفراغ.

لكن هذه النتائج لا يمكن تعميمها، إذ إن هناك ننائج أخرى خالفة لهذه النتائج أوضحت أن الفئت ذات الدخل العالي والمستوئ التعليمي العالي والتي تمتلك خيارات واسعة في تمضية وقت الفراغ تُقيِل على مُشاهدة التافاز أيضاً؛ إلا أننا لا يمكن أن نجزم بأن هذه الدراسات على صواب دائماً وإن علاقة متغيرات الجنس والسن والمستوئ التعليمي مع البرامج التلفازية ثابتة لأن ذلك لا يمكن أن يتحدد لإختلاف مجتمع عن آخر وظرف عن آخر، فالمجتمعات الغربية ليست كالمجتمعات الشرقية لاسيا من ناحية التحكم بأشهدة التلفازية، كها أن هناك الكتير من العوامل التي تمكم التعرض للتلفاز كسائر وسائل الإعلام الأخرى كالعوامل الإنتقائية وغيرها، لذلك فإن علاقة المتغيرات

<sup>1</sup> حون كورىل، مصدر سابق، مي35

<sup>2</sup> صدر ملحوط رعمد المخاري؛ المولة والمبادل الإصلامي الدولي، دار علاه الدين، دمشق، 1999، ص110

<sup>3</sup> عصام سليمان الموسيق، المناحول في الانتصال الجماعيزي، مكتبة الكتاني للنشر ، الأردن، ط5، 2003، ص117.

بالمشاهدة التلفازية غير ثابتة وإنها تختلف من وقت لآخر ومن ظرف لآخر؛ لذا فأن مشدهدي التلفاز يختارون بعناية البرامج التي يُشاهدونها وأغلبهم يختارون أنهاطاً معينة من البرامج وذلك بحكم العادة وكثيراً ما يتحولون من برنامج لآخر إذا ما كان البرنامج الذي يُشاهدونه لا يستحوذ على أهتهامهم، أو قد يُشاهدون برناجاً بشكل متقطع وبلا حس إذ يفوتهم بعض مضمونه، وقد يتنقل المشاهدون من قناة إلى أخرى بشكل عشوائي حتى يفوتهم بعض مضمونه، وقد يتنقل المشاهدون من قناة إلى أخرى بشكل عشوائي حتى يجدوا ما يستحوذ على أهتهامهم، فجمهور النلفاز ليس مقيداً بل في أغلب الأحيان يكون حراً في إختياره لما يتعرض له إذ بإمكانه أن يضغط زراً ويحول القناة إذا لم يعجبه ما يشاهده.

### التأثير الاتصالي عبر القنوات الفضائية:

يعد ظهور التلفاز من أهم إنجازات الفرن العشرين الذي تطورت تقنياته بشكل منسارع ليصل إلى حدود البث الفضائي، مما حوّل فكرة جعل العالم قرية واحدة إلى حقيقة واقعة، فقد انكمش حجم العالم تحت وطأة وسائل الاتصال الاليكترونية وقدراتها الكبيرة على الإنتشار متخطياً بذلك الحدود السياسية والمواتق الجغرافية، فالبث التلفازي الفضائي ليس تقنية متطورة تُمكن من التقاط البرامج الأجنبية مباشرة حسب، بل تعكس بعداً حضرياً يتمثل بالقرية الكونية التي تحدث عنها ماكلوهان في ستينيات القرن العشرين، فإستغلال الفضاء للاتصال أسهم في توسيع مصادر البث وفتح بجالاً واسعاً للاتصال السمعي - البصري، كما ساعد المشاهد على تجنب الرقابة الرسمية وغير الرسمية أو على الأقر الحد منها، ومكنه من الإنفتاح على العالم بشكل أوسع، لاسيها أنه أسهم في

<sup>1</sup> روبرت ل حبرلارد؛ الكناب المتلفريون والإقاعة ووسائل الإعلام الجديثة، ت: مؤيد حسن قوري، دار الكتاب الحمعي، 2003، ص20

<sup>2</sup> مؤيد عبد الحبار ، العرفة الإعلامية والأس القومي العربي ؛ الأهليه للنشر والتوزيع ، حيات، 2002 ، ص 83-83 مؤيد 3 مصير موعل ، السك التعمريوني المباشر والحضيارة القاصه ، جملة الإذاحات العربية ، موتس، ح4 ، 2000 ، ص 11

وضع حد نسبي لأحتكار العديد من الدول للبث التلفازي، وفي الظروف العادية لا يُشاهد التلفاز جمهور واحد ضخم بل عدة فئات من الجهاهير وعادةً ما تتنامس محطات التلفاذ لجذب أكبر عدد من الجمهور فضلاً عن فئات معينة يرغب بمولو البرامج يوستقطابها من بين مجموع السكان.

ولا يوجد إختلاف بأن العصر الحالي الذي نعيشه هو عصر الفضائيات، عصر تكنولوجيا الاتصال والبث المبشر، وم تكنولوجيا الاتصال والبطاعي الفائل في مجال تقنيات الاتصال والبث المبشر، وم أحدثه هذا النطور من إنجازات كبيرة في مجمل ميادين الحياة، ولا عجب أن نجد فضاءن اليوم مزدها بالأفيار، والتسابق في التطوير والتحديث وظهور أجيال متنوعة من الأفيار فكله تسعى إلى تحقيق تدفق معلوماتي من وإنى الآخر والتأثير فيه؛ وبذلك أضحى التلفاز الفضائي الوسيلة الإعلامية الأكثر نفوذاً، والأوسع أنتشاراً والأقوئ تأثيراً، والأسرع وصولاً إلى جميع الناس في شتى أصقاع المعمورة، إذ حول التلفاز الفضائي علنا الشاسع وصولاً بل جميع الناس في شتى أصقاع المعمورة، إذ حول التلفاز الفضائي علنا الشاسع الشقة صغيرة وليست هناك رقعة على وجه الأرض لا تُتس بقنوات الأقيار الصناعية التلفازية، ويمكن تقديم وصف للتلفاز بأنه "ذلك المارد بمقدوره متى ما فتحت سدادة القمقم، أن يأتي منها الخير أو الشر؛ أن يكون مصدر تثوير المجتمع، أو يكون غلاً يُسمّر حركية المجتمع "د.

وعلى الرغم من المزايا الإيجابية للتلفاز إلا أن هناك كثيراً من الإنتقادات التي توجه إليه خصوصاً ما يتعلق بطبيعة الرسالة ويعض المضامين التي يبثها والتي لا تتفق مع الموروثات الإجتماعية والعادات وحتى بعض المضامين السياسية التي تسيء إلى الدولة وقادتها سواء بالفضائح أو التشهير والتجريح، فضلاً عن تحذير بعض الباحثين من أضرار التلهاز التي تتمثل في قتل الوقت وإضاعته وإشغال الفرد عن أداء واجباته والإساءة إلى

<sup>1</sup> صدانة بدران؛ الحبر العبسمتي في منهج الإعلام الإسلامي، دار للكتبي للنشر وطنوزيع، دستق، 2002، من 37 2 عبد الرمات الرامي، التنمريون والإنتخابات، جلة الإذاعات العربية، تونس، ع4، 2000، من 16

الأطفال والشباب لما يقدم من أفلام عنف وإثارة، بل ويُسهم في نقل أخلاق البيئات الشاذة والمنحوفة إلى مجتمعنا وفرض نهاذج أخلاقية سبئة والإسهام بشكل مبشر في هبوط مستوى التحصيل الدراسي لطلبة المدارس والجامعات وأضرار مادية وصحية يسبه التلفاز للعيون.

وتبرز أهمية التلفاز ودوره المؤثر بوضوح في أوقات الأزمات السياسية والحروب والأحداث السياسية والإقتصادية والإجتاعية المهمة، فالجمهور يتجه في أندتها إلى وسائل الإعلام بأعتبرها مصدراً من مصادر الحصول على المعلومة لفهم ملابسات وتطورات هذه الأرمات والأحداث، فيصبح أغلب المشاهدين متحفزين لمتابعة تلك الأحداث عبر ششة التلفازة وتما يُذكر من دور للتلفاز في الجانب السياسي، دوره في جعل (أزمة كوسوفو) في مقدمة اهتام الجهاهير، إذ أشارت الدراسات إلى أن هذه الأزمة أثبتت فعالية المتلفز في ترتيب أولويات الأهتهام الدولي بالقضايا السياسية وذلك من خلال المادة المصورة المعبرة والتقارير الحية من مواقع الأحداث مما أدى إلى فرض هذه الأزمة على أجندة الرأي العام المعالمي؛ فضلاً عن أن الكثير من حروب القرن العشرين ترافقت معها حروب إعلامية مهدت لها من أجل إقناع الرأي العام بمشروعيتها وأحقيته.

إذ أن العلاقة بين وسائل الإعلام والحرب قائمة منذ زمن بعيد، ولطالم شكّلت أداة دفع، كما شكّلت أداة هجوم، متساوياً أحياناً من حيث التأثير مع أدوات القتل والتلمير، بل ربها تجوز الإعلام في تأثيره أعنى وسائل التلمير بأعتباره قد ينفذ ويُخاطب العقول التي تتحكم في كل شيء، فكانت وسائل الإعلام لاسيًا التلفاز منذ الحرب العالمية الأولى أداة

<sup>1</sup> عد ماشم المشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقرار الصناعية، مصدر سابق، ص60-61

<sup>2</sup> عبد بن سبود فلبشر، معدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997، ص146.

<sup>3</sup> مويدا مصعمين، دور الإعلام في الأرمات الدولية عمركز للحروسة للبحوث والتغريب والبشر، 2000، ص 79.

<sup>4</sup> أحد ربي الدين، الإهلام والصراعات (مصيرات قد تقلب الصورة)، جلة الإداعات العربية، تونس، ع1، 2004، ص38

مهمة من أدوات إدارة الصراع وحرب المعلومات والحرب النفسية والدعائية بمضامينها المختلفة، وأداة لتشكيل الرأي العام، بحيث أصبح جزءاً لا يتجزأ من إدارة الحرب العسكرية والسياسية والنفسية، بل أصبح عاملاً حاسباً لتقلير نجاح الحرب الشاملة بمعنده المتطور؛ كما أنَّ أحداثاً مثل الحرب الفيتنامية، وثورة عيد الميلاد عم 1989 في رومانيا، وحربا الخليح الثانية في عام 1990 والثالثة في عام 2003 وغيرها من الأحداث المتميزة التي أزداد بها الإعتقاد الجهاهيري بها للتلفاز من قوة في جوانب الحياة كافة، لاسيبا أن أستخدامات وتعرض الجمهور لوسائل الإعلام (وخصوصاً التلفاز) تزداد في أثناء الأزمات السياسية والحروب خصوصاً، وهذا ناشئ من البواعث والدوافع الكامنة في نفوس أفراد المجتمع والتي كانت يحاجة إلى البحث عن إشباعها، فضلاً عن دوره في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة في مسالك الحياة كافة، ويقوم أيضاً بتزويد المتلقين بالخبرات السيامية التي عن طريقها يتم تشكيل الرأي العام في المجتمع عن بتزويد المتلقين والتأثير على آراء ومواقف الناس، ويُسهم أيضاً في المتحولات الإجتهاعية وما يطريق التنوير والتأثير على آراء ومواقف الناس، ويُسهم أيضاً في المتحولات الإجتهاعية وما يطريق النوير والتأثير على آراء ومواقف الناس، ويُسهم أيضاً في التحولات الإجتهاعية وما يطرأ في الحياة الميومية للشعب.

وبسبب التطور الذي نشأ عن مرعة الندفق المعلوماتي أضحى التلفاز يؤدي دوراً متزايداً في صنع القرار السيامي، إذ أصبح صناع القرار يستقون معلوماتهم من أجهزة الإعلام وأدواتها المختلفة وبشكل خاص المحطات الإخبارية الفضائية، وهذا ما أكده الرئيس الأمريكي الأسبق (جورج بوش الأب) عن اعتهاده على شبكة (CNN) بوصفها مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية والعسكرية وقت وقوعها أو لا بأول في (حرب الحليح الثنية عام 1990)، إلى الحد الذي جعله يصرح قائلاً: "أنني أحصل على معلومات مس

1 محمدس سعود البشر ، مصدر سابق، ص52.

<sup>2</sup> بس الياسري: الإعلام العربي والوظيفة المفقودة، جملة آفاق عربية، بغلاق السنة التاسعة عشرة، 1994.5 من 29.

شبكة (CNN) أكثر مما أحصل من وكالة المخابرات المركزية الأمريكية CIA"، وهذا يدل أهمية الإعلام المرثي في الميدان السياسي الدولي، كما تتضح أهمية الاتصال المرثي في عملية صنع القرار السياسي مما يأتي":

- يمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم
   وفي كثير من الأحيان يقدمها بشكل أسرع من القنوات الرسمية.
- يجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون بأهتهامات الشعب بطريقة مباشرة بالتعبير عن إتجاهات الرأي العام، أو غير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل لنقش الجهاهيري والرأي العام.
- 3. يوفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة السياسية داخر الحكومة وخارجها، وبواسطته تتاح الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهجمة مواقف معارضيهم.
- بتيح للمسؤولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور بعرضهم المستمر لنشاطاتهم وصفاتهم الشخصية.
- 5. يؤثر التلفاز في مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور بإتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجهاهيري لبعض سياسات القادة والحكومات، ولا يُنكر ما له من دور في إحداث تغييرات جذرية في السيامات وخلق سياسات جديدة.

1 ملادة داروق الرعبي، أحبار العراق في شبكة CNN الأمريكية من خلال أرسة القصور الرئاسية، رسالة ماجستير غير مستورة، جامعة بعداد، كلية الأدامس، قسم الإعلام، 1999، ص99

<sup>2</sup> حبل لمدم كاظم الشمري، وسائل الإعلام وحملية صنع القرار في العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة معناد، كنيه الأداب، قسم الإعلام، 1997، ص135-136.

وقد وظف صناع القرار السياسي في العالم عموماً والوطن العربي خصوصاً، وسائل الإعلام وفي مقلمتها التلفاز من أجل تشكيل رأي عام مساند لقراراتهم، أي القيام بنعبئة سياسية تهدف إلى تحشيد وكسب الرأي العام نحو إتجاه سياسي أو قضية معينة، كما أن توكيد مسألة معينة في وسائل الإعلام يؤدي إلى بروزها لمدئ الرأي العام، وتعد هذه الإستراتيحية إنعكاماً للنظام السياسي العربي السائد، فتقوم وسائل الإعلام اليوم، كها كنت يومئذ، بدور مهم في تشكيل وتهيئة الرأي العام، فقد أدئ التلفاز دوراً أسسياً في تهيئة الرأي العام المصري لقبول التطورات السياسية بشأن العلاقة مع إسرائيل، منذ زيارة الرئيس المصري الأسبق (أنور السادات) إلى القدس وغيرها من الأحداث الدولية والعربية.

وبذلك أصبح الرأي المام قادراً على وضع الحدود العامة التي لا يستطيع أن 
يتخطاها واضعو السياسات وصانعو القرارات والذي لر يكن للرأي العام كظاهرة 
إجتماعية سياسية أية أهمية لصانعي القرار قبل القرن الثامن عشر، عن طريق تأكيد المفكر 
السياسي (جدن جاك روسو) على حاجة الحكومات إلى الإعتماد على الرأي العام أكثر من 
حاجتها إلى الإعتماد على القانون أو الإكراء.

فضلاً عن دور التلفاز بالغزو السياسي الجارف عن طريق نقل تجارب الدول المتقدمة ممثلة في أفلامها وأخبارها إلى الدول النامية فتعتقد أنها محرومة من كل شيء، وبللك يندخل التلفاز (وخصوصاً في عصر البث الفضائي المباشر) في الشؤون الداخلية للدول بها في ذلك خياراتها، ويكفي أن تتذكر أنهيار الشيوعية في أوربا الشرقية؛ ولعل الوصف الذي أطلقه الصحفي البريطاني (نيارتون آش) على هذه الأحداث بأنها (تغييرات

<sup>£</sup> عبد الملك ردمان المدارية الإعلام العربي وتحليات العولمة، أطروحة دكتورا، غير منشورة، جامعة بغداد، كنية الأداب، قسم الإعلام، 1999، ص49

<sup>2</sup> بسيون إبراهيم حماده، دوء وسائل الاتصال في صدح القرارات في الوطن العربي، مصدر سابق، ص108.

متلفزة) يتضمن الكثير من جوانب الصواب، معتبراً الوسيلة الحاسمة في إحداث هذه التعبيرات ما كانت تتناقله شبكات التلفاز الغربية، مما حدا بشبكات التلفاز الدولية الأخرى إلى دفع العديد من الدول إلى أن تتناقل الأخبار نفسها بالصورة والصوت والحدث في محاولة منها للإحتفاظ بمصداقيتها أمام مستمعيها ومشاهديها، ويؤكد ذلك ما رد به الزعيم البولندي الأسبق (لبش فاليسا) عندما شيل عن السبب الجوهري الإنبيار الشيوعية في أوربا الشرقية، أشار إلى جهاز التلفاز قائلاً: "هذا هو السبب"، كدليل على ما يارسه التلفاز من تأثير عميق الاجدال فيه".

كما يؤدي التلقاز دوراً حيوياً أثناء الإنتخابات، إذ يصبح ساحة للسباق الإنتخبي المحموم بين المرشحين السياسيين لما له من ميزات وخصائص لا تتوفر لغيره من وسائل الإعلام الجماهيري، فهو يؤدي دوراً مهماً في معارك التنافس السياسي أثناء الحملات الإنتخبية، إذ يجده المتنافسون منبراً قوي التأثير لإيصال براجمهم الإنتخابية إلى ذخبيهم وكسب تأييدهم، فعن طريقه يتم إيصال رسائل المرشحين إلى الرأي العم، وغالباً ميتصل السياسيون بجاهيرهم عن طريق وسائل الإعلام الإخبارية التي لا تخضع لسيطرتهم، إذ أنها تقف بينهم وبين دوائرهم الإنتخابية، وبذلك كن للتلفاز أهميته المتزايدة، والتي كان لما آثارها الواضحة في العملية السياسية، فلم يعد السياسيون قادرين على الاتصال بنخبيهم مباشرة، وأصبحت وسائل الإعلام (خصوصاً التلفاز) تؤدي دور المصفرة فتحدد المعلومات التي توصلها إلى الجمهورا.

وبذلك حلت وسائل الإعلام محل الكثير من المؤسسات التقليدية كوسيلة رئيسة لتوعية الناخب حول القضايا والأفكار والسياسات، فالأخيار التلفازية والبرامج الحوارية

<sup>1</sup> مزيد عبد الجبار الخنيثي؛ مصدر سابق؛ ص135.

<sup>2</sup> سس راعب، أسامسات العمل المسحقي المقرؤ وللسموع والمرتي، الشركة المعرية العالمية للنشر، 1999، ص459 .

<sup>8-7</sup>سبس أير لابير وآخرون مصدر ساين، س7-8

والندوات وصفحات الرأي والمقالات التحليلية تؤدي دوراً مها في وضع إطار النقش لأي موضوع؛ والعناية التي توليها القنوات الفضائية لأخبار أو أحداث محلدة على حساب غيرها سواء كانت سياسية أو إقتصادية أو عسكرية تجعل نسبة من الجمهور تحبي في خضم أحداث منتقاة تتم صياغتها بلون محدد، وهذه الأخبار ليست (في حقيقة الأمر) صورة للأحداث في العالم، لأن الخبر اليوم هو ما تنتقيه القناة التلفازية من بين الأحداث وتقدمه عبر شاشته، وهو يُمسي خبراً لأنه حدث تم أنتقاؤه من بين أحداث كثيرة؛ وهذه القنوات تجعل نسبة من الجمهور لا غيا أجواء أحداث العالم بقدر ما تحيا أجواء وجهات النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية حتى وإن حاول النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية حتى وإن حاول النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية عنى وإن حاول النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية عنى وإن حاول النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية عنى وإن حاول النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار، وهذا كله يعطي الخبر وظيفة دعائية على المناه من القنوات المفازية؛

1 أدمون غرب، الإعلام الأمريكي والعرب، يجلة المستقبل العربي، بيروت، ع10 ، 2000 مس73 2 عبد الرحم عري (وأحرود)، العرب والإعلام القصائي موكز دراسات الوحلة العربة بيروت، 2004 ، مس71 / 71

# المبحث الثاني الجمهور وأهميته في العملية الاتصالية

#### غهيد:

يعد الجمهور من أهم أطراف العملية الاتصالية، إذ أنه في غياب المعرفة التصالية معه، تصبح المقدرة التأثيرية والإقتاعية للقائم بالاتصال تجاهه محدودة غير فاعلة، مها كان أختيار القائم بالاتصال والوسيلة وصياغة الرسالة ونوعيتها نموذجياً؛ فهماك العديد من التداعيات المؤثرة لكينونته المجتمعية التي تؤثر على آرائه وأفكاره حول المحتوى الذي يُعرض له، مثل غزونه المعرفي وتكوينه النفسي وعمارساته التجريبية السابقة فضلاً عن شخصيته وعمره وجنسه ومستواه التعليمي وأخرى عديدة.

من هن ونظراً لكون الجمهور الهدف الأساس في العملية الاتصالية، فإن دراسته مهمة لا غنى عنها، لاسبها أن العديد من البحوث والتجارب أثبتت أن الجمهور الذي ينظر إليه بالسلبية، يبحث عن ما يُشبع رضاته ويتلاءم مع ميوله وتصوراته عند الوسائل الاتصالية ويرفض غيرها.

### مفهوم الجمهور Mass:

إن كلمة (Mass) بالإنكليزية والتي يقابلها بالعربية كلمة (جمهرة وحشد) مستمدة من الكلمة الإغريقية (Maza) وتعني (وجبة الشعير) وهي بالتأكيد غير معناها المتداول حلباً، وأستخدمت في النظم الإجتهاعية للتعبير عن عدد كبير من الأفراد، وبتعبيرنا المعاصر (جماهير أو جمهور).

يشبر مفهوم الجمهور إلى تكوين إجتماعي غير محدد الشكل يشترك أعضاؤه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، والجمهور رغم إختلافه يتفق في صفة عمة تتمثل في أمه ليس منظماً تنظيماً رسمياً أو شكلياً، كما أن اعضاءه لا يتصلون اتصالاً مباشراً

<sup>2</sup> حيهان أحمد وخني، الأسس العلمية لمنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص515.

<sup>2</sup> برهان شاري؛ مصفر سابق، ص12

بعضهم'؛ ويختلف معنى مفهوم الجمهور عن معاني بعض المفاهيم المتشابهة معه مثل (العامة، الحشد، الرأي العام، الجهاهير)، وسيتم أدناه توضيح ماهية كل مصطلح ومفهومه ومدئ إختلافه عن مفهوم الجمهور، بشكل يُسهم ولو في أبسط صورة في تحديد مفهوم الجمهور والفهم الأكثر وضوحاً لمعانيه:

- العامة: هي شكل من الأشكال شبه المنظمة، تتضمن أفراداً وجماعات تربطهم بالبعض علاقات عن طريق وسائل الاتصال، ويناقشون عن طريقها قضية محددة ويطرحون الآراء المختلفة بصددها، بهدف الوصول إلى اتفاق بشأنها بأسلوب غامض، والذي بجعلها (العامة) وحدة إجتهاعية غير شبيهة بالمجاميع الأخرى من حيث التكوين والإستقرار والمصالح الثابتة.
- الحشد: هم العامة أو العوام، وحشد القوم جمعهم، وهم أقل تفككاً وأكثر اندماجاً
   ويقوم بينهم التهاسك الأنفعالي اؤذ فالعامة والحشد هما أشكال إجتهاعية عابرة تتخذها
   لجموعات الإجتهاعية للانتقال إلى تنظيهات جديدة.
- الرأي العام: رأي الأغلبة الواعبة المثقفة التي تأخذ على عائقها مسؤولية التفكير بعد
  الإدراك ومن ثم إدارة الحوار والنقاش والجدل الفكري وأخيراً إتخاذ القرار وإعلان الرأي
  العام عن طريق الإجماع، والذي يمثل رأي الغالبية ويعبر عن رأي ومصلحة الجهاعة.
- الجماهير: إن مصطلح الجماهير بالمعنى العام، يعني تحشداً لعدد غير محدد من الناس مهما
   كانت هويتهم العرقية أو الجنسية أو الحرفية والآي سبب كان؛ وعلى المستوى الأوربي فإن

<sup>1</sup> ما مدر مري ، الرأي العام و سيكولو حيا السياسة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القامرة ، 1991 ، ص46.

<sup>2</sup> صندق الأسود: الرأي العام والإعلام، ورارة الدفاع، بعناد، 1990، ص.44.

<sup>3</sup> بامدرمري، بصدر سائي، ص44

<sup>4</sup> عريرة عبده مصدر سابق ص137.

مصطلح الجماهير أرتبط تاريخه بالثورة الفرنسية وهو تعبير يوحي بالحوف والاحتقار، ولنا في العربية توصيف آخر له هو (الغوغاء أو الرعاع).

أما مفهوم الجمهور في ضوء الاتصال الجهاهيري والذي يُطلَق عليه الجهاهير أحياناً، أي جمهور وسائل الاتصال، يتخذ معنى آخر أكثر دقة، يتمثل في أنه عبارة عن تجمع واسع غير محدد المعالر، يتكون من مجموعات كبيرة متنوعة ومتباعدة من البشر مجهولي الهوية ينتمون إلى ثقافات وقيم ومراكز إجتهاعية ومستويات إقتصادية مختلفة، غير متفعلين فيها بينهم بشكل مباشر، أي أنهم لا يعرفون بعضهم البعض ولكنهم يشتركون في بعض الأفكار والمصالح أو يتصورون هكذا، وهذا يعني بأنه أوسع من مجرد حاصل جمع عدد من الأشخص، بل أنه يعني جماعة ما يشترك أعضاؤها في تجارب وذكريات وعادات وظروف معينة والتي تعد أساساً لظهورها في الوجود، كها أنها ليست كُلاً متهائلاً، حتى وإن كنت مجتمعاً علياً صغيراً، وإنها يُرئ فيها إختلافات عديدة إجتهاعياً وإقتصادياً

ويرئ (هادي الهبتي) أن مصطلح الجمهور قد أستقر في علم الاتصال الجهاهيري للدلالة على "أعداد الناس الذين يستقبلون وسيلة أو رسالة اتصالية جماهيرية"؛ ويميل البعض إلى تعريف الجمهور بأنه مكون من فردين أو أكثر تكون جماعة واعية بكيانها المتحدد وتربط بين أفرادها مصالح مشتركة وهي تتأثر جماعياً بالنسبة لبعض الشؤون العامة؛ وتعرفه (حميدة سميسم) بأنه "مجموعة من الأفراد يجمع بينهم ميل أو إتجاه أو عطفة مشتركة أو إدراك في وحدة المصالح لذلك تولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق

<sup>1</sup> ىرھادىشىرىءىمىدرسانق،مى12

<sup>2</sup> غوستاف نوبون سيكولوسة الجهامير، ط2، ت: حاشم مسالح، تاد السائي، بيروت، 1997، ص53-54

<sup>3</sup> ماهدرمزي،مصلر سابق، ص47.

<sup>4</sup> هادي اهتى، الاتصال الجهاهيري (المنظور الجديد)، مصدر سابق، ص37.

<sup>5</sup> هـ، حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الإجتهاعية، للكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001، ص68

الذات، ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور لجمهور آخر وتنصف وظيفة الجمهور وحده بكوم، أكبر من وظيفة الجمهور وحده بكوم، أكبر من وظيفة الفئة الإجتماعية التي تتكون فقط من الناس كالمساء العاملات أو خريجي الجامعة وغيرهم".

وتم استخدام مصطلح الجمهور (Audience) في العلوم الإجتماعية ليعني مجموعة من الدس يتركز أهتمامهم في موضوع مشترك، وتكون أستجابتهم إزاءه معلدة أو غير معدنة، من دون أن يشترط أن يكون أفراد الجمهور متقاربين مكانياً؛ والجمهور "هو أصطلاح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في عبط المنشأة أو الننظيم أو المؤسسة الإعلامية، أو قد يكون هذا المحيط مدينة أو إقليماً أو العالم بأسره، تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلاً متبادلاً بين الطرفين ومصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس.

ووفقاً لهذه التعاريف وأخرى متعددة للجمهور الاتصالي، هناك توافق شبه تام حول المُحَدِدات المميزة لكينونته، والمتمثلة في كُبر حجمه وتباعده وتباينه خصائصياً، فضلاً عن التأكيد على غياب تواصله الإجتهاعي من قبر البعض من الباحثين، والذي أصبح في الأونة الأحيرة، خصوصاً بعد الأربعينيات من القرن العشرين، لا يجد قبولاً ببن الكثير من متخصصي علوم الإجتهاع والاتصال، وذلك نظراً لتفاعل المتلقي بصفته منتمياً إلى الجهاعات الإجتهاعية كالأسرة والأصدقاء وغيرهم المؤثرة في الصيرورة الإجتهاعية لما يؤمن به ويتبده، حتى إذا كانت عمليته التعرضية لوسائل الاتصال إنفرادياً.

<sup>1</sup> حيدة سميسم، نظرية الرأي العام: مدخل، مصدر صابق، ص65-66

<sup>2</sup> هادي مهان الهبيء الاتصال الجهاهيري في العراق وسائلة واتجاهاته السياسة (1977-1978)، أطروحه دكتوراه عبر مشورة، حامعة العاهرة، كلية الإعلام، 1980، ص16

<sup>3</sup> محمد مع حجاب المرسومة الإعلامية، للجلد الثالث عام العجر للنشر والتوزيم، 2003 م 959

<sup>4</sup> عمد حد الحميد، دواسة الجمهور في بسوت الإعلام، علم الكنب، المعاهرة، 1993، ص23.

ويذلك يكون الجمهور إصطلاح علمي يجب أن يطلق فقط على الحماعة الواعبة الكيانها المتحد، ومن ثمَّ لا يمكننا أن نطلق على الوجود المادي أو الحشد جمهوراً، إذ لابد وأن يواكب الوجود المادي ثقارب معنوي.

ويمكن أن يتم إدراك صعوبة مهام الاتصال الجهاهيري للقائم بالاتصال وتعقيداته بوضوح، إذ يواجهه عوائق كثيرة ومتنوعة، أثناء ممارساته الرامية لإدراك جمهوره وكيفية التأثير فيه، ومنه ما يأتي":

- إتساع ميدان مؤسسات الاتصال الجماهيري ووسائطها، فضلاً عن إستخدامها لفدت متميزة من الناحية الإجتماعية ومتعلمة، الأمر الذي أدئ إلى غياب المشتركات مع أغلبية الجمهور إلا نادراً.
- عدم وجود القدرة على تحديد الجمهور بدقة، من قِبَل القائم بالاتصال لتوافر الوسائل
   الاتصالية للجميع، بحكم سمتها الجماهيرية، أي أسا مُباحة ومُتاحة للكل دون إستثناء.
- 3. بساطة الإرسال المعاكس وضألته في الاتصال الجماهيري، خصوصاً في الإذاعة والسينها، والتي يصعب حصول العمليات التفاعلية بين قطبي الاتصال وإقامة العلاقات الصميمية بينها.

## أنواع الجمهور:

قدَّم المهتمين بدراسة الجمهور العديد من النهاذج التصنيفية، إلا أنه رغم ذلك لريتم الاتفاق على تصنيف موحد لأنواعه، ويكاد يتفق معظم الباحثين في الاتصال الجهاهيري ووسائله على صعوبة تصنيف جمهور الاتصال الجهاهيري في ظل التحولات والتغيرات السريعة في البيئة الإجتهاعية والمادية، فضلاً عها يواكب ذهنيات وتفسيات هذا الجمهور مس تغييرات في كل وقت وظرف، ولكتهم غالباً ما يتفقون حول وجود نوعين أساسيين من

<sup>1</sup> مناه حابط بدري، مصدر سابق ص68

<sup>2</sup> حيهان أحد وشتيء الأسس العلب التطويات الإعلام، مصدر سابق، ص516 517.

الجمهور؛ هما الجمهور العام والجمهور الخاص، نظراً لمخاطبة وسائل الاتصال المستمرة للعقلية العلمة وفي شتئ صورها.

ويرئ بعض الباحثين في مجال الإعلام أن النموذج الذي جاء به (Dennis) في عام 1982، الأكثر دقة وشمولاً في تصنيف جمهور المتلقين بأعتباره واضحاً ومُعبراً عن خصائص هذا الجمهور، والذي يتجسد في النوعين الأتيين :

1. الجمهور العنيد: وهو الجمهور الذي لا يستسلم تماماً لوسائل الإعلام التي تسعى إلى تغييره وتحويل آرائه ومواقفه وإتجاهاته وتسعى إلى السيطرة عليه، ذلك أن الرؤيه هذ تفترض أن وسائل الإعلام ليس لها قوة إقناعية كبيرة لتغيير عقول الناس وذلك نابع من وجود العوامل الإنتقائية التي تؤثر في فعالية وسائل الإعلام كالتعرض الإنتقائي والإدراك الإنتقائي والإدراك

2. الجمهور الحساس: لا توجد دلائل قوية تؤكد الفكرة القائلة بأن بعض الأشخاص أكثر إقتناعاً بالرسائل الإعلامية من غيرهم ولكن الأمر يتعلق بأفراد أكثر حساسية يفترض أن يكونوا بحاجة إلى الحباية مثل الأطفال والمراهقين وغيرهم من الفئات؛ لاسيها أنه بات واضحاً أن وسائل الإعلام لا تؤثر في كل فرد وهناك أفراد محددون يتأثرون بطريقة ما بوسائل الإعلام، وهذا ليس نابعاً من خصائصهم الشخصية.

ويضيف (صالح أبو أصبع) نوعاً ثالثاً إلى أنواع الجمهور هو: الجمهور اللامبالي، وهو الذي يتعامل مع الرسائل الإعلامية بإهمال تام ويلا مبالاة وهو جمهور غير معني بالرسلة أي هو جمهور سلبي، وهنا تؤدي العمليات الإنتقائية دورها في العملية الاتصالية.

<sup>1</sup> عنداله الطوير في علم الإنصال المامر ومصدر سابق من 286

<sup>2</sup> Alex Tan mass communication theories and Research, op. cit. p.186-188.

وهناك بعض الباحثين من يصنف الجمهور وفقاً لتركيبته البنيوية، أي خصائصه الموضوعية والأولية، والتي تتمثل بها يأتي":

- من حيث التعليم: ويشمل الجمهور المتعلم وغير المتعلم.
- 2) من حيث العمر: ويشمل جمهور الأحداث، الشباب والكبار.
  - من حيث الجنس: ويشمل جمهور الذكور والإناث.
- 4) من حيث الدخل: ويشمل جمهور منخفض الدخل، متوسط الدخل ومرتفع الدخل. وهدك من يصنفه حسب خصائصه النفسية، إذ يصنفون الجمهور كما يأتي:
  - أ. الجمهور المرن أو المستعد للتغيير.
  - ب. الجمهور الصلب أو غير المتعد للتغيير.

وهناك بعض الباحثين يصنف الجمهور الاتصالي على أساس مدى حاجته للمعلومات والمعارف، وكما يأتي:

- ١- الجمهور المتعمق: وهو الذي يهتم بالتفاصيل المميزة للأمور بعضها عن البعض
   الآخر.
  - 2- الجمهور السطحي: وهو الذي يشمل غير المهتمين بتلك التفاصيل.

وهناك تقسيم للجمهور حسب المستوئ الفكري والأدوار الإجتماعية وكما يأتيا:

 الشربحة الأمية أو العادية التي لا تفكر كثيراً في مضمون الرسائل الإعلامية عدا تمضية الوقت والإستمتاع بها يتم عرضه من برامج وخدمات إعلامية، لذا فأن من أولويات هذه الشريحة الإشباع الذاتي والمتعة الوقتية.

<sup>1</sup> عبد عدد الحبيد، دراسة الحبهور في بحوث الإعلام، مصدر سأين، ص42

<sup>2</sup> حامد عبدالسلام زهرال، علم النفس الإجتهاعي، ط5، علر الكنب، القامرة، 1984، ص84

<sup>3</sup> جيهان أحدرشني، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص558-559.

<sup>4</sup> عبدالله الطوير في علم الاتعبال الماصر ، مصدر سابق، ص287

ب. الشريحة النخبوية وهي أقلية بين الجمهور وفي أي مجتمع وهي شريحة له تأثيرها تناقش ما يُعرض في الرسائل الاتصالية من منطلقات فكرية واعية وعلى أسس مرجعية بسبب أهتهاماتهم وإنتهاءاتهم المهنية والإجتهاعية.

## خصائص الجمهور الانصالي:

بُمكن بيان الحصائص الأساسية للجمهور الاتصالي في الآتي:

## گبر الحجم وضخامة العدد:

من الصعب أن يُقاس الجمهور بدقة الحجم أو الرقم المُحدد، إن لمريكن إجتهادياً، فللايين المتعرضة لوسائل الاتصال الجهاهيري المختلفة، تعد كبيرة جداً، قياساً إلى الأعداد المتواضعة لحفل موسيقي أو قراء بعض الصحف المتخصصة، إضافة إلى ذلك، فإن التحولات السيسية والجغرافية أدت دوراً مهماً في الإنتشار المتزايد والمستمر لهذه الأرقام وتبعده، والتي أفرزت المهارسات الإستهدافية للتقنيات الاتصالية، بغية الوصول إلى تلك الأرقام، في الأقاليم والمناطق المتباعدة، متخطية الحواجز الطبيعية وغيرها؛ من هذ، لم يبق لحدود الأقاليم والمدول دور يذكر في تحديد حجم الجمهور والأرقام المعبرة عنه!

## 2. التباين في سيات الأفراد:

والمقصود به الإختلاف خصائصياً بعضهم عن البعض الآخر، فكراً وإهتهاماً وتأثيراً، وذلك لإرتباط كل فرد على حدة بسيات وحدود فئته أو جماعته الأولية، والتي أصبحت الآن جزءاً من الجمهور الاتصالي أسوة بالفئات الأخرئ؛ فهناك الفئات الأمية أو العدية التي لا تفكر كثيراً في المضمون الذي تحويه الرسائل الاتصالية عدا تمضية الوقت والإستمتاع، فالإشباع الذاتي والمتعة الوقتية (اللحظية) تأتي على قائمة أولوبات

<sup>1</sup> عمد عند الحُميد، دراسة الجمهور في محوث الإعلام، مصدر سابق، ص 28.

و تفضيلات هذه الشريحة، على عكس أولويات وتفضيلات الشريحة المثقفة، لذا فإن القائم بالاتصال يواجه مصاعب كبيرة إن لربعرف جمهوره بتفاصيله.

## الإنتهاء والتفاعل الإجتهاعي:

لابد أن يُدرك القائم بالاتصال مدئ تأثير الجهاعات الأولية والنانوية التي يسمي اليها الفرد ويتفاعل معها، إنطلاقاً من كون الفرد لا يمكن أن يعيش بمفرده، بن يعيش وسط تلك الجهاعات يستمد منها قيمه ومعاييره التي ينظر عن طريقها إلى الأهمية النسبية لكل عمل يقوم به ولكل فكرة أو إتجاه يهتم بها، والتي تؤدي دوراً بالغ الأهمية في تحديد علاقة الفرد بعناصر العملية الاتصالية، شكلاً وإتجاهاً لذلك فإنه من النادر أن يكون الفرد عهول الهوية في بيئته.

#### 4. الدور الإيجاب في العملية الاتصالية:

والمقصود هنا أن الجمهور بصفته أحد عناصر العملية الاتصالية، ليس جمهوراً سلبياً، بل يؤدي دوراً مؤثراً في إتمام العملية الاتصالية، فضلاً عن تأثيره القوي على العناصر الأخرى العاملة معه أثناء الدورة الاتصالية، فنجده يقبل الرسلة أو يرفضها، يهتم بوسيلة معينة دون غيرها، وبذلك تمند تأثيراته حتى تشمل الساحة الاتصالية بمجملها دون إستثناءا.

نخلص مما سبق أن الجمهور يتميز بالخصائص الآتية: 1) متنوع في تركيبه، إذ يضم أفراداً ينتمون إلى الجماعات المختلفة.

<sup>1</sup> حداثه الطوير في: حلم الاتصال للعاصرة للصلو السابق: ص287.

<sup>2</sup> م دي فلور وس. بال روكاخ، مثاريات الإعلام، ت. محمد ناجي الجوهر، ط2، دار الأمل للمشر والنوريع، لأرد،، 2001، ص231-216

<sup>3</sup> حسر عهد مكاوي وليان حسين السيف الاتصال وتظرياته المعاصرة المثارية اللنائية، الغاهرة، 2006، ص47

<sup>4</sup> هادي معان الخيشي، الاتعمال الجماعيري (للتظور الجنسة)، مصدر سابق، ص 40-41.

- يتألف من أفراد لا يعرف أحدهم الآخر، وكل فرد يستجيب للاتصال الجماهيري شكل فردي وعلل أساس كونه عضواً في جماعة.
- 3) أفراده منتشرون في أماكن متعددة والفرد يتصل ويتفاعل مع من يضمه كيال احتهاعي معين.
- 4) أن عدد أفراد الجمهور كبير وهذا يعني أن المصدر لا يستطيع أن يتفاعل مع أعضائه
   وجهاً لوجه حين يتعرض لعملية اتصالية أثناء مدة زمنية محددة.
- 5) القائم بالاتصال لا يعرف أفراد جمهوره معرفة شخصية، وأن نجاح أي عملية اتصالية لابد من أن ترتبط بمدئ معرفة القائم بالاتصال بنوعية الجمهور الذي يستقبل الرسالة الاتصالية، و فذا فإن الوقوف على الخصائص الديموغرافية للجمهور مثل (العمر، الجنس، الدخل، التعليم، الوضع الإجتماعي والقومي والديني) يعد أساسياً.

وبناءً على ما تقدم، يعد الجمهور عنصراً مها من عناصر العملية الاتصالية، وهو ليس مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، ولكنه يعني جماعة ما تجمع بين أفراده خبرات مشتركة وظروف حياة معينة، وإن كان هناك إختلافات كثيرة بين أفراد الجمهور والتي قد تؤثر عن ردود أفعال شرائح الجمهور المختلفة في عملية أستقبال الرسالة الاتصالية ومضمونها ومن ثم على تكوين الرأي العام تجاه قضية ما، لاسيا أن جمهور الاتصال هو جمهور لا يعرف المرسل أحداً من أفراده على وجه التحديد، إذ إن كل جماعة إجتماعية المراع طريقة تفكيرها وتحليلها للمجريات والقضايا ومن ثم فإن كل جماعة مختلفة تصيغ الرأي العم حسب ثقافتها وتراثها الإجتماعي والسياسي والإقتصادي.

## الخصائص الديموغرافية للجمهور:

1) التعليم: أتفقت العديد من الدراسات على إنه كليا أرتفع المستوئ التعليمي لدى الإنسال زاد إستخدامه لوسائل الإعلام، لذا فإن هناك إرتباطاً إيجابياً بين مقدرة الفرد الذهنية ودرحة إستيعابه للرسالة الإعلامية، بمعنى أن إستيعاب الأقراد للمعلومات

يكون دائم عند الذين حصلوا على تصيب أكبر من التعليم والذين يتمتعون بقدرات ذهنية عالية.

2) الجنس: أن الإختلافات بين الرجل والمرأة نابعة من إختلاف وظائف كر منها وأهتهاماتهم الإجتهاعية والتربوية والثقافية وكذلك إختلافات تتعلق بأوقات الفراغ؛ وقد أثبت أحد البحوث الإعلامية أن الإناث أكثر تعرضاً للتلفاز من الذكور وهما متساويان في نسبة التعرض للصحف فكان الذكور أكثر تعرضاً من الإناث.

(العمر: ينقسم الجمهور إلى فتات عمرية مختلفة تتمثل في (الطفولة، المراهقة، الشبب، الشيخوخة) وهذا الإختلاف في العمر يؤثر في عادات اتصال كل فئة منهم، وقد أوضحت أبحاث اتصالية عديدة أن المادة التي تصنف على أنها ترقيه خفيف نجد جمهورها عدة من الجهاعات الصغيرة في السن، وتؤكد هذه الدراسات أنه كلها زادت الفئة العمرية تحول لاهتهام إلى الموضوعات الجدية ؛ وأثبتت أحدى الدراسات الإعلامية أن فئة الشباب الذين تتراوح أعهارهم بين (21 – 30 سنة) هم الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام ويقل التعرض مع التقدم في العمر، وهم أيضاً الأكثر تعرضاً للتلفاز، في حين أن من أعهارهم (أكثر من 50 سنة) هم أقل تعرضاً للتلفاز، في حين أن من أعهارهم (أكثر من 50 سنة) هم أقل تعرضاً للتلفاز، في حين أن من أعهارهم (أكثر من 50 سنة) هم أقل تعرضاً للتلفاز، في حين أن من أعهارهم

4) الدخر: إن عامل الدخل له علاقة قوية في استخدام وسائل الإعلام، ذلك أنه كلها زاد دخل الإنسان زاد أستخدامه لوسائل الإعلام؟ على إعتبار أن النظم الإقتصادية المستقرة توفر لجمهورها الرفاهية ومن ثم تميل إلى التفكير والإبداع والعمل الجد المنتظم وهذه

<sup>1</sup> جيهان رشي، الإعلام ومطرياته في العصر الحديث، القلعرة، دار الفكر العربي، 1971، ص471.

<sup>2</sup> صبح باهي الخراعي، مصدر سابق، ص301 .

<sup>3</sup> حيهان رشتي، الإعلام ومظرياته في العصر الحديث، المعدر السابق، ص 471

<sup>4</sup> مساح تامي الخراعي، للمبدر السابق، ص278- 301.

<sup>5</sup> وليام زعور وأخرون، الاتصال الجهاهري وللبيتهم الماصر ، ت: أحد طلعت الشيبي، داء المعرق الجاسمية ، مصر ، 2005 ، ص990

الصفات باعث كبير على زيادة ميل الجمهور إلى التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وعلى العكس منه النظم الإقتصادية الضعيفة التي يغلب عليها التعصب والإنعزال وغيره من الصفات التي تعمل على ميل الجمهور إلى العزوف عن التعرض لوسائل الإعلام.

- 5) الطبقة الإجتهاعية: ويُقسم بمقتضاه فئات الجمهور إجتهاعياً إلى طبقات معينة متجانسة في داخله مد يؤدي إلى زيادة إمكانية تحديد أنهاط التفكير ومستوياته داخل كل طبقة ودور وتأثير الإعلام على الطبقات المختلفة وكيفية أستخدام هذه الفئات لوسائل الانصال المختلفة.
- 6) الخصائص الحضارية: وتكون متصلة بالسلوك الإنساني أكثر من العوامل الديموغرافية كالعادات والتقاليد والعلاقات والسيات الشخصية وترتبط هذه الخصائص بمجموعة من المتغيرات الأساسية من أهمها:
- أسلوب الحياة، أي النمط الذي يهارس أفراد الجمهور بمقتضاه سلوكهم العام في جوانب النشاط الإنساني كافة.
  - تصورات الإنسان ومدركاته وإنطباعاته.
  - الجماعات المرجعية وتأثيرها على الأفراد المنتمين إليها.

ويمكن إضافة إلى ما سبق ذكره من خصائص للجمهور المتلقي، المعتقدات الدينية والعادات الموروثة التي تؤدي دوراً لا يُستهان به في تحديد السهات السيكولوجية والسلوكية للجمهور.

## عناصر قياس الجمهور المتلقى:

يتكون الجمهور من أعداد كبيرة من الأفراد مختلفين في مستوياتهم الثقافية والإجتهاعية وينتشرون على رقعة واسعة من الأرض، إذ يتألف من الكبير والصغير، والمتعلم وغير المتعلم، والفقير والغني، والمزارع والموظف والعامل والطالب وربة الست،

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، الإعلام والانصال مللهامير وطرأي العام، مصفر سابق، ص135.

وهؤلاء وغيرهم يؤلفون الجمهور الذي يتوجه إلى وسائل الإعلام والتي (وسائل الإعلام) تتوجه اليهم في ذات الوقت الوقت التقسيات تحدد بدرجة أو بأحرى أستخدامات هذا الجمهور وميوله ورغباته وإهتهاماته كأفراد في تعرضهم للوسائل الإعلامية في المجتمع الهومور) الذي يحدد مدئ فاعلية الرسالة الإعلامية عن طريق الجوانب المتعلقة بشخصيته وتجاريه وعواطفه وتعليمه وثقافته وظروفه النفسية والإجتماعية والحضارية والسياسية.

وتأسيساً على ما تقلم، يمكن أن يتم قياس جمهور وسائل الاتصال الجياهيري وفقاً لأربعة مقاييس تتمثل في الآتي":

 حجم الجمهور: ويقصد به عدد الأفراد الذين يتعرضون للوسيلة أو الرسالة الاتصالية.

2. تركيب الجمهور: ويُرادبه الطبقات أو الفنات الإجتماعية التي يتألف منها الجمهور.

 درجة تجانس الجمهور: وتعني قياس مدئ الإختلاف بين أفراد الجمهور وطبقاته وفدته وفقاً لعدد من المتغيرات المحددة.

طول مدة التعرض: ويقصد بها المدة الزمنية التي يقضيها أفراد الجمهور في التعرض
 إلى الوسيلة الاتصالية.

## الجمهور ومدى تأثره بوسائل الإعلام الجياهيري:

تؤدي وسائل الاتصال الجهاهيري دوراً مهماً في توحيد آراء الجمهور والوصول به إلى مستوى تكوين الرأي العام والذي يعد دوراً حساساً وذا أهمية، إذ يقع على عاتق هذه بالوسائل مهمة العرض والشرح والتفسير والتوجيه لكافة القضايا والأحداث والأزست

<sup>1</sup> مصام سليهان المرسيء المفاخل إلى الأنصال الجهاميري، مكتبه الكتاني، الأردن- أرباء 1986 ، حي110.

<sup>2</sup> حداثة الطوير تي، صحافه المجتمع الجراميري، مصادر سابق، ص94.

<sup>3</sup> مدي المشيء الاتصال الجهاميري (للنظور الجليد)، مصدر سابق، ص 39-40.

المحلية أو العالمية ويخاصة البارزة والهامة منهاء إذ أن وسائل الاتصال تكون بمثابة المثير أو المنبه ودلك عندما تتناولها بدقة وأهتهام وتصورها بشكل دراماتيكي مثير بهدف إثارة وتبيه الجهاهير ودفعها إلى الأهتهام وتكوين وجهات نظر معلنة بشأنها ليتكون في النهاية الرأي العام، وهذا الدور للاتصال يشير إلى إمكانية صناعة الرأي العام وتوجيهه والتحكم في إنجاهاته، ولاشك في أن النظم السياسية كافة سواء الديمقراطية أو الدكتاتورية تأخذ في إعتباره خطورة هذا الدور الفعال لوسائل الاتصال الجهاهيري؛ خصوصاً أن عقلية الجهاهير أو العقلية الجمعية هي التي تؤثر في تكوين الرأي العام، ومن الخطأ الإعتهاد على فئت معينة دون أخرى وإهمال باقي القاعدة الشعبية؛ لاسيها أن الجمهور يتصف بصفات سيكولوجية خاصة تتمثل في الآق:

- إن عقلية الجمهور متقلبة في مفاهيمها وحركاتها.
- 2) سهولة الإيحاء إن الجماهير التي تأحذ عادة بالظاهر لا بالباطن.
- 3) يمين الجمهور إلى المبالغة وذلك لبساطة مشاعره، كما يميل إلى الغلو وعدم التعقيد.
- 4) أن تكون برامج الإعلام متهاشية مع عادات وتقاليد الجمهور، لعدم تسدمحه مع ما يتعارض معهها.
- 5) تندفع الجهاهير نحو ما تعتقد أنه في صبالحها متأثرة بمشاعرها بدون التفكير في حقيقة الأمور.
  - 6) لا يقف الجمهور أمام التغير الهادف إلى التقدم إذا ما تم إقناعه بذلك.

وربها لا نبالغ إذا قلنا إن المجتمع الإنساني سوف يتعرض للإرتباك والفوضى في حل غياب المعل الاتصالي الإعلامي، فلم تعد أهمية وظائف الإعلام وتأثيراته محل جدل (القبول أو الرفض)، وإنها أصبحت إحدى البديهيات التي تفرضها السياقات الإجتماعية

1 عريرة عدده مصدر سابرة ص 27 -28

وفعاليتها المتنوعة؛ فالاتصال ووسائله، أصبح يُسهم في خلق بنية إجتهاعية جديدة، وأماط سلوكية حضارية، وتنمية طموحات الأفراد والجهاعات، وتعليم المهارات الجديدة؛ إضافة إلى أنه أصبح من أقوئ العوامل التي تدفع إلى النغير الإجتهاعي بحكم كونه الوسيلة الرئيسة إلى حد ما لتبادل الآراء والمعلومات والأفكار الجديدة، في ظل النطورات التقنية التي يشهدها، ويكون الجمهور بمثابة الجهاعات الأولية التي تؤدي دور الوسيط الذي يحمي الفرد من الرسائل الإعلامية المعارضة وتساعد على التدعيم.

فالاتصال وعن طريق مكوناته المختلفة، ينظم المناخ الإجتماعي للأفكر الحديثة وينثرها فيه، مهيأة لها مجالاً حوارياً لبروزها وإتساع دائرة الأهتهام بها ومن ثم تشكيل رأي عام بصدده، إذ يرجع تأثر الفرد بالجهاعات التي ينتمي إليها إلى أن كن فرد يستمد إحساسه بالأمن والطمأنينة من رضا الجهاعات التي هو عضو فيها، كها أن لوسائل الاتصال الجهاهيرية المقلدة على خلق آراء عن الموضوعات الجديدة وقد عبر كل من (مكوميس وشاو) عن ذلك بقولها: "إن الجمهور لا يتعلم فقط القضيا من وسائل الاتصال، ولكنه يتعلم أيضاً أهمية تلك القضايا عن طريق تركيز وسائل الاتصال عليها"، وبعبارة أخرى فإن الأهمية المنزايدة التي توليها وسائل الاتصال لقضايا معينة تؤثر في أهمية الموضوعات بين الجمهور، وإن وسائل الاتصال لا تقوم بإعلام الجهاهير فقط ولكنها أيضاً تمارس تأثيرها عليهم فيها هو مهم وينبغي أن تعرفه، وبهذا يمكن القول إن وسائل الإعلام ولا شك هي من أهم وسائل الاتصال وهي المسئولة بالدرجة الأولى عن ترتيب الإعلام ولا شك هي من أهم وسائل الاتصال وهي المسئولة بالدرجة الأولى عن ترتيب أولوبات (قائمة أهتهامات) الجمهور وهذا معناه أن هذه الوسائل تتدخل من ثم في تشكيل

<sup>1</sup> هميد وعد عسن المسطيط الإعلامي (المقلميم والاطار العام)، مصدر صابي، ص7-8.

<sup>2</sup> عمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الأشجار المعرية، القاهرة، 1991، ص127.

<sup>3</sup> جنهان أحمد رشتي، الأسس العلمية الخاريات الإعلام، مصدر سابق، س 617.

وصناعة الرأي العام ! إذ عَجّل وصول وسائل الإعلام التي لا تتطلب القراءة و لكتابة بعملية التغيير في المجتمعات النامية لأنها كها يقول (ليرنر) أتاحت للحاهير عالم ضخها تحيطها فيه والأحداث والتغييرات وتتمي الحواس في الإنسان، فهي تساعد الناس على أن يروا ويسمعوا الأشباء على مدى أبعد مما توفره لهم عيونهم وآذانهم وتزيد أحاسيس الفرد بمن حوله، ومن ثم تزيد التفاهم البشري.

ومما تجدر الإشارة إليه، أن الكثير من وسائل الاتصال الجهاهيري تمرس دوراً في التلاعب بالجمهور، عن طريق الصناعة الثقافية والبراعجية والتي تُعد شكلاً من أشكال السيطرة على المجتمع، والذي يمر عبر الوسيلة الإعلامية عن طريق تأثيرات تتحقق في مستويات مستترة للرسائل، فالمتلقي عن طريق المواد التي يتابعها مجد نفسه بإستمرار وبدون أن يعلم خاضعاً لشرطية أمتصاص الأوامر والوصفات والأحكام الغيابية بالإبعاد، وهذا يعني أن لغة الإعلام لغة حصارية تسعي للشرح والتفسير والتكامل الحضاري بأعتبارها من أهم وسائل صياغة الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع البشري ومن ثم صياغة الحضارة؛ وذلك ببساطة عندما تعمل وسائل الإعلام على تركيز إنباه الجمهور على التحضر والإهتهام بمصطلح أو بلفظ أو أسلوب جديد أو سلوك حضاري يؤدي إلى النحول العصري المنشود.

وليس من قبيل الإستطراد تأكيد الصلة الوثيقة بين النطور التكنولوجي وزيادة دور الإعلام ووسائله في نشر القيم أو تعميق المفاهيم والمثقافات الحديثة في شتئ صورها ومعانبها السلبية منها أو الايجابية بعد أن باتت عملية الاتصال بين الشعوب تتم في سهولة

<sup>1</sup> غريرة عدي مصدر سابق، ص29.

<sup>2</sup> عاطف على العيدة مصدر سابية ص255

<sup>3</sup> وبين مها، علوم الانصال وللجنسات الوقعية، دار الفكر المامر ، يروسه 2002، ص179 .

<sup>4</sup> عريرة عبدمه المصدر السابق، ص39

ويُسر بعيداً عن أعين الرقيب أو سلطة الدولة، وقد أصبحت وسائل الإعلام في مقدمة المستعيدين من تلك الإنجازات البشرية الهائلة وتحول دورها من التأثير المحلي إلى القدرة على تحريك مشاعر الشعوب تجاه قضية كانت يوماً ما بعبدة عن إدراكها محكم التباعد الجغرافي؛ ويمثل الواقع أن وسائل الإعلام أصبحت واحدة من أخطر أسالبب الاتصال الجماعي التي عرفتها البشرية وتتضح خطورتها في كونها أسرع وسيلة إعلامية لتوصيل المعلومة إلى الإنسان في أي مكان وبسهولة متناهية ومن دون عوائق، ومن هذه المعالي الأساسية يمكن فهم ما قد تؤديه وسائل الإعلام من أدوار ايجأبية أو سلبية في طبيعة العلاقة بين الشعوب والدور الذي تؤديه في التأثير على الجمهور تجاه القضايا التي توليها أهتهامها في محاولة منها لتكوين الرأي العام تجاه هذه القضايا؛ إذ يرتبط الرأي العام بالعملية الاتصالية عن طريق شبكة متداخلة من العلاقات التي لا يمكن تجهلها، وإذا دققنا النظر إلى وظائفها، كلُّ على حدة، نكتشف وبسهولة الوسط السببي الذي يحتويهم معاً ويجعلهما كما يشبهما أحد الباحثين في مجال الرأي العام بـ"الأصل وفرعه والصانع وصنعته والزارع ومحصوله"، أي الجمهور، والذي يُعد المتلقى لوسائل الاتصال ورسائلها من جانب، والمصدر الوحيد للرأي العام من جانب آخر، فالرأي العام هو ثمرة من ثيار الاتصال الجهاهيري عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، وبما لاشك فيه أن ما يهارسه الرأي العام من تأثيرات بعيدة المدئ يجعلنا نُسلّم بأن أجهزة الإعلام الجهاهيري تعد صانعة للرأي العام وتُسهم بشكل فاعل في تشكيله؛ حتى باتت الجماعة لا تتقبل الحياة بدون معطيات وسائل الاتصال وأصبح لا يمكن تصور جمهور أو جماعة بدوك الاتصال ووسائله.

# المبحث الثالث الرأي العام ودوره في العملية السياسية

#### تمهيد:

أصبح للرأي العام أهمية بالغة وتحول إلى ركن أساس من أركان المجتمعات، فإذا كانت وظيفة الدولة هي إدارة المجتمع وتنظيم شؤوته، فإن الوقوف على آراء المواطنين وميولهم هي إحدئ أبرز الوسائل التي تمكنها من هذه الوظيفة، لذلك أصبحت أعلب الدول وأنظمتها السياسية تعطي للرأي العام مكانة خاصة وذلك عبر إقامة مراكز متخصصة وفاعلة لدراسته، بهدف إدارته والتفاعل معه، ويضمن من ثمّ لها الحفاظ على إستقرارها السياسي والإجتماعي، وتعد الدراسات المتعلقة بدراسة الرأي العام كظاهرة من الظواهر المؤثرة في المجتمع، من أهم الدراسات في هذا العصر.

## الرأي العام . . تأصيل المفهوم:

تم أستخدام مصطلح الرأي العام لأول مرة بمفهومه المعاصر في القرن الثامن عشر إبان الثورة الفرنسية وحرب الاستقلال الأمريكية، من قِبل (جاك نيكير Jacques Necker) وزير مائية لويس السادس عشر للتعبير عن التحكم بسلوك المستمرين في بورصة باريس.

ومع أن الرأي العام ليس مفهوماً حديثاً فقد تحدثت عنه المجتمعات القديمة، إلا أن الهيته الفعلية لرتبدأ إلا بعد قيام الثورة الفرنسية في عام 1789، وعلى الرغم من ظهور دراسة الرأي العام وقياس إتجاهاته وعواصل تكويته في عصرنا الحديث، إلا أن هذا لا يعني أنه لريكن هناك رأي عام في العصور القديمة، إذ أنه ظاهرة إجتهاعية، أرتبطت بظهور التجمعات البشرية، تطورت وأزدادت أهميتها وفاعليتها مع تطور تلك التجمعات ونموها وتوسع وظائفها البنيوية والمؤسساتية؛ فالأمم القديمة عرفت الرأي العام وسَعت إلى تكوينه بشكل مباشر عن طريق المناقشات والحوارات أو عن طريق الحطب السياسية

<sup>1</sup> يراهيم سام: الملاقات المامه والمجسم، مكتبة الأمجلو المعرية: القاهرة: ط3، 1976، ص173.

<sup>2</sup> أحد عدر ، الرأي العام (طبعه وتكويته ودوره في السياسة العامة) : مكتبة غريب، القاهرة: 1977 ، ص 29.

أو الديبة أو الحربية، إلا أن الرأي العام في هذه العصور لم يكن منظاً وموجهاً توجيهاً مبريجاً وقد عرف اليونان مفاهيم قريبة من الرأي العام، كالاتفاق العم والإنجاهات السائدة، وعرفته أيضاً الحضارات على غتلف العصورا، ولكن لم يكن يسمئ في تلك الحقب التريخية المنصرمة، بها نسميه في الوقت الحاضر (الرأي العام) وإنها كان يطلق عليه تسميات ومصطلحات أخرئ متعددة مثل (رأي الأكثرية، رأي الأغلبية، رأي الجمهور، رأي العامة، رأي الرعية، رأي السواد الأعظم، صوت الشعب، الاتفاق العام، الارادة العامة، الارادة الشعبية ...النع).

أما في العصر الإسلامي فقد كان الرأي العام واضحاً، خصوصاً في العصر المدني من حية الرسول الكريم محمد (ص)، إذ تم النحدث عن آراء الرعبة التي توصلت بشكل أو بآخر إلى الرأي العام، وقد نص الفرآن الكريم على مبدأ الشورئ والتي هي أبهى صور الرأي العام، بقوله تعالى "وأمرهم شورئ بيهم" وكذلك قوله تعانى "وشاورهم في الأمر"، وقد روئ أبن ماجة عن عبد الله بن عمر عن الرسول الكريم (ص) أنه قال: "أتبعوا السواد الأعظم"؛ وهذه الإشارات تبين لنا أهمية الأهتمام برأي الرعبة الذي يشكل في نهية المطاف رأياً عاماً؛ وقد شمي الرأي العام بعد عصر الرسول الكريم محمد (ص) بالإجماع أي اتفاق أهل الحل والعقد (العلماء) على أمر من الأمور الشرعية.

وفي عصر النهضة وحتى قيام الثورة الفرنسية نجد أن الحديث كان منصباً حول الارادة العامة وخاصة لمدئ المفكر الفرنسي (جان جاك روسو) الذي يعد أول فيلسوف يستخدم تعبير الرأي العام وطرح في نتاجاته ما أطلق عليه

<sup>1</sup> عامر حسن بياض، الرأي المام وحموق الأنسان، للناشر صباح صادق جمتر، بتداد، 2003، ص11.

<sup>2</sup> من ل طلعت محمودة مصدر سابقة ص119.

<sup>3</sup> مىر خىل ياس،مصدر سابق، ص11

<sup>4</sup> أحد بدر، الرأي العام، مصدر سابق، ص30.

<sup>5</sup> هـ - خانظ بدري: مصدر سابق: ص85.

(الإرادة العامة Volonte Generale) والتي مهدت الطريق لولادة مصطلح الرأي العام (Opinion Publique) من رحم الثورة الفرنسية ومن ثم أستخدام مفهوم الرأي العام (Public Opinion) من قبل السياسيين ورجال الفكر والفلسفة.

إد أوضح (روسو) أن الآراء تنبع أصلاً من العلاقات الإجتهاعية التي يُهارسها الإنسان؛ وجاء ذلك في كتابه (العقد الإجتهاعي) والذي ركز فيه على فكرة أساسية غثلت في موضوع الوحدة (وحدة البناء الإجتهاعي)، وذلك بإخضاع المصالح الخاصة للإرادة العمة؛ كما ركز (Machiavelli) على ضرورة الأهتهام بها يتفاعل ويدور داخل الجهاعة كأساس للتعمل معها وذلك لضهان الإستقرار والتفوق والسطوة، إذ أستخدم تعبير الرأي العام وأشار اليه في كتاباته السياسية لأول مرة؛ وأبتداء من هذه الكتابات حدث تطور كبير في الكيفية التي تناول الفكر الفلسفي فيها ما يسمل (بالرأي العام)، فقد أعتبره عنصراً في الكيفية التي تناول الفكر الفلسفي فيها ما يسمل (بالرأي العام)، فقد أعتبره عنصراً يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة؛ وكثيراً ما كان يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة؛ وكثيراً ما كان

ومع تطور الديمقراطية السياسية أخذ مفهوم الرأي العام يتبلور بصورة أفضل، والتي أخذت بمبدأ المساواة بين الأفراد في الحقوق ونادت بأن السلطة مستمدة من الشعب وقد كانت الثورة الفرنسية، بمعنى ما، إنتصاراً للرأي العام، والتي تجسدت من إحياء موقفين كانا مطروحين سابقاً، أولها: المجتمع والذي مثله (ميرابو) وكان يعتمد على

1 ينظر

<sup>•</sup> ابراميم اسام: العلاقات العشة والمبينهم ومصدر سايق، ص175

أحد بدر: الرأي المام، مصدر سابق، س32 32.

<sup>2</sup> إيراهيم اسم: العلامات العامة وللجنسع؛ للصغير السابق، ص174.

<sup>3</sup> مىل طىمت غىردەممىلىر سابق، س.122.

<sup>4</sup> حصم سليان المُوسىء المُلحَل في الأنصال الجُهاهيري، مصدر ساس، ص169 -170.

إمعاش الرأي العام ومن ثم ضهان حرية التعيير؛ أما الثاني: والذي مثله (روبسبير) فيؤكد ضرورة تحريك الرأي العام.

أد في القرن التاسع عشر، فقد قام (Jeremy Bentham) بأول معالجة لظهرة الرأي العام بالتفصيل بوصفها أداة للضبط الإجتماعي معتبراً التعبير الحر عن الرأي العام هو صيام الأمان الرئيسي ضد الاستبداد؛ والأهم من هذا، وبالأخص خلال الربع الثني من القرن نفسه، برزت هذه الظاهرة كأحد متغيرات النظرية السياسية، الأمر الذي أنعكس على دراستها من جانب، والنظر إليها عن طريق الإنجاهات المعرفية المختلفة من جانب آخر، وتجسيده بصورة واسعة في النصف الثاني من القرن العشرين.

بعده أصبح الحديث عن الرأي العام حديثاً واسعاً، وإن كان يختلف الاهتهام به من مجتمع لآخر، فنجده يحظئ بأهتهام كبير في المجتمعات الغربية، بينها نجده معدوماً ومحصراً في المجتمعات الشمولية؛ وبهذا نرئ أن ظهرة الرأي العام ليست حديثة أو وليدة هذا العصر، وإنها الحديث فيها يتمثل بالأهتهام به ودراستها ومعرفة أهميتها وقياسها وأستخدام نتائج ذلك في توجيه الجمهور وارضاء الشعوب؛ وبالنتيجة، فأن الرأي العام ظاهرة تاريخية تتغير من حيث طبيعته بتغير الإطار الإجتهاعي السياسي.

<sup>1</sup> صادق الأسود، معمدر سابق ص16

<sup>2</sup> هيده سميسم، نظرية الرأي العام: مدحل مصدر سابق، ص358

<sup>3</sup> إير منغ كرسبيء الرآي العام واستطلاحات الوأي والشيعة الحية ، مستنصاحق ابواحيه، واد مستنباد للستر ، عهان، 1998 . مس18

## المفهوم الملغوي للرأي العام:

يتكون تعبير الرأي العام من لفظين، أولها لفظ (الرأي) والذي يعبر عن أمر يقبل الشك، أي أن الرأي معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين؛ أما اللفظ الثاني فهو (العام) فيقصد به الجهاعة التي تشترك في الرأي.

من هذا إذا ركزنا على ما يعنيه هذان المقطعان (رأي- عام)، فمن المحتمل دراسة الرأي العام في فضاء الإقتناعات الحاصة بالقضايا العامة في لحظة زمنية محددة، أو ملاحظته حركياً ضمن العمليات التفاعلية لعملية تكوين اتفاق من نوع ما؛ وينبغي التأكيد على أن الرأي الحم لا يعني (رأي الجهاهير) والتي تكون أقل شأناً بكثير في هذا المجال من الجهاعات المنظمة بدقة والتي فا أغراض تستهدفها.

## المفهوم الاصطلاحي للرأي العام:

ينبغي قبل الخوض في تحديد مفهوم الرأي العام من التفريق بين أربعة مصطلحات مهمة يتداخر معها مفهوم الرأي العام، وهذه المصطلحات هي كالآين:

 المعتقد: هو المحددات العقلية العميقة شبه الثابتة لدئ الأفراد أو الجماعات، ويعد المحدد لنظرة الفرد نحو الحياة والمجتمع ونحو نفسه، ويطلق العلماء عادة عليه فيها إذا كان مترابطاً ومتسقاً مفهوم الأيديولوجية أو النظرة الكلية.

<sup>1</sup> عبد النصيب حرق المنجابة والمجتمع، دار طفله، القامرة، 1963، من9.

<sup>2</sup> دانييل كاتر وآخرون، الإعلام والرأي العام، تتنخصون كامل المحامي، ط2، مكبة تهضة مصر للطباعه والمشر، القاهرة، 1996، ص45-46

<sup>3</sup> يـظر

<sup>•</sup> دهدرمري،مصفر مايي،من16 17.

سمد الدين الراهيم: اتجاهات الرأي العام العربي نحو مسألة الوحدة العربية: ط3: مركز دواسات الوحدة العربية، بيروت: 1985.
 ص-46-47

مدل طلعت عمود دمد خل إلى علم الانعمال، مصدر سابق، ص 124 - 125

- 2. الإنجاه: هو الاستعداد الذاتي لإستجابة سلوكية معينة تجاه موقف معين لريتحدد بعد؛ كما انه بشير إلى النهيؤ للإدراك والتفكير والسلوك نحو شخص أو شيء أو مسألة بطريقة معينة، وهو أقل ثباتاً وأكثر قابلية للتغير من المعتقدات.
- 3. الرأي: هو حالة تفكيرية موقفية مرنة تجاه شخص أو قضية معينة في لحظة زمنية عددة؛ والرأي ينبع عموماً من الإتجاه ويتلون به ولكن الآراء أكثر قابلية للتغير من الإتجاهات، والرأي قد يتغير مع ثبات الإتجاه ولكن لو تغير الإتجاه فأن الآراء التابعة له والنابعة منه لابد أن تتغير.

4. السلوك: هو التصرف الذي يعكس رد الفعل تجاه منبه معين، أو يُعبر عن إستجابة لموقف محدد، وبذلك فأن السلوك في صوره المألوفة هو واقعة تعكس الفعل.

وفيها يخص تقديم مفهوم أصطلاحي محدد للرأي العام، فقد تعددت التعاريف وتنوعت لدى الباحثين والدارسين لظاهرة الرأي العام، ولريتفق بعد على تعريف موحد يكون أساساً يمكن الأخذ به في تحديد هذه الظاهرة؛ ويمكننا إيراد تعريف لبعض البحثين الغربيين والعرب؛ إذ يعرفه (Floyd Allport) بأنه "تعبير جمع كبير من الدس عن آرائهم في موقف معبن يهم غالبية لها تأثير في الموقف"؛ أما (V.O. Key) فيرئ أن الرأي العام "هو مجموعة الآراء التي يعتنقها بعض الأشخاص وتجد الحكومة أن من الحكمة أتباعه"، وهنا أضاف (Key) بُعداً جديداً للرأي العام في أنه يجب على الحكومة أي (السلطة السياسية) أن تحذره.

ريفدم (George Martin) تعريفه عن الرأي العام قائلاً: "هو الطريقة التي ينفعر به الناس تجاه القضايا السياسية والإجتهاعية التي توجه إلى دائرة أهنهامهم، عن

عمد عبد القادر حالم، الإعلام والدهاية (نظريات و تجارب)، مكتة الأنبطو للصرية، القاعرة، 1972، ص123.
 أحد مدر، الرأى العام، مصدر سايق، ص48.

طريق وسائل الإعلام عادة، وعلى قمة تلك القضايا الإنتخابات وأمور السياسة الداخلية والشؤون الدولية".

ويعرفه (ليونارد دوب) بأنه "هو ميول الناس تجاه قضية من القضايا حين يكونون أعضاء في كتلة إجتماعية واحدة"، والقوم في الجماعة الديمقراطية يصلون إليه عن طريق عملية المقاش:

كما تدولت المؤلفات العربية التعريف بظاهرة الرأي العام، إذ عرفه (مختر النهامي) بأنه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في مدة معينة، تجاه قضية أو أكثر مجتدم حولها الجدل والنقش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأساسية مساً مباشراً"؛ أما (أحمد بدر) فيرئ أن الرأي العام هو "التعبير الحرعن آراء الناخبين، أو من في حكمهم بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درحة إقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كفية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العم، بحيث يكون هذا التعبير ممثلاً قرأي الأغلبية ولرضى الأقلية".

م تقدم يمكن القول أن الرأي العام إنها يعبر عن آراء الجهاهير، بعد المنقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس إتجاها أنفعالياً يصدر من الجمهور الهائج، وإنها هو حكم عقي بصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالإنتهاء ويرتبطون بمصالح مشتركة، إزاء موقف من المواقف التي يُنار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

وينفق معظم المهتمين بدراسة ظاهرة الرأي العام على أنه (الرأي العام) ليست له صفة الثبات بمعنى (الزئبقية)، مؤكدين أن طابعه التغير وفقاً لما يستجد من مواقف

<sup>1</sup> ك جورح مارش، ظم الإعلام القارنة، ت. على درويش، الدار الدولية للنشر والتوريع، العاهرة، 1991، ص 139

<sup>2</sup> أدبت مروة: الصحافة العربية (شأنها وتطورها): عار مكتبة الحيات بيروت: بمت من 22.

<sup>3</sup> غيار التهامي: الرآي المام والحرب النفسة، عار المارف: القامرة: 1972، ص.25.

<sup>4</sup> أحمد بدرة الرآي العام، للصدر السابق، ص52.

ومفاهيم وأحنياجات، كما أن الدراسات العديدة حول الرأي العام تؤكد على إنه لا ينتمي إلى منبع معرفي واحد بل إلى منابع مختلفة، أي إلى مجموعة من العلوم الإنسانية (السياسة، الإجتماع، علم النفس، الاتصال) والتي تدعي كل منها أنها الأساس له، معتمدة على تبريرات ودلائل خاصة بها، وتبنتها بأهتهام في إطار مقرراتها المنهجية.

# مواحل تكوين الرأي العام:

يرئ (كيم بول بنع) أن عملية تكوين الرأي العام تمر بالمراحل الثلاث الآتية:

- بروز القضية.
- 2. النقاش حول القضية وحلول مقترحة مع أو ضد.
  - 3. الرصول إنى تحقيق الإجماع أو الأغلبية .

#### خصائص الرأي العام:

حول كثير من المفكرين والباحثين وضع خصائص شاملة للرأي العام، وقد وضع بعضهم ما أسهاه بقوانين شاملة تصف الرأي العام وهناك باحثون آخرون يرون أن هذه القوانين لا تكشف شيئاً مثيراً كها أن كثيراً منها قوانين غامضة مبهمة، وتتمثل أهم خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور خلال عمليات الإدماج الإجتهاعي والسياسي بالمجتمع أو ما يمكن تسميته بعمليات التنشئة الإجتهاعية السياسية: الثبات والتقلب، التبرير، الإبدال، التعويض، الإسقاط، التهاثل أو التطابق، التبسيط؛ ويمكن توضيحها بالتقصيل كهاياتي؛

1) الثبات والتقلب: من المتعارف عليه أن الرأي العام ظاهرة متغيرة.

<sup>1</sup> عامر حس باش،مصدر سابق، ص.5.

<sup>2</sup> صالح محدل أبر أصبح، الانصال والإعلام في المجتمعات الماصرة، مصدر سابق، ص289.

<sup>3</sup> عمد منز حجات المعجم الإعلامي، دار المجر النشر والدوزيع، القامرة، 2004، ص234-235.

<sup>4</sup> أحمد مدر والرأي العام ومصلو سابق من 63 67

- 2) التسويغ: هو تعليل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل.
- 3) الإبدال: عندما يعتري الجمهور نوع من القلق ولكنه لا يستطيع توجيه غضبه نحو السبب الأصيل فأنه يلجأ إن التظاهر أو الإضراب وغيرها للتخفيف من هذا القلق.
- 4) التعويض: عندما يتعرض الجمهور لنوع من الأزمات التي لا يستطيع حلها، فأنه ينجأ
   عادة إلى ممارسة نوع آخر من النشاط التعويضي.
  - 5) الإسقاط: هو تفسير أعمال الغير بحسب ما يجري في نفوسنا.
- التقمص أو التهاثل: التقمص هو عكس الإسقاط وهو عندما يعتقد الفرد بأنه هو مثل
   الشخص الآخر؛ وقد يكون أحياناً إحدئ طرق التفاهم بين أفراد المجتمع الواحد.
  - 7) التطابق أو الاتفاق: وهو ميل الفرد إلى الاتفاق مع رأي المجتمع.
- 8) التبسيط: إن رغبة الجمهور الشديدة في الوقوف على تسويغات مفهومة وبسيطة ونهائية للقضايا التي تُثار في المجتمع، يدل على السبب الذي يجعل الناس مستعدين لتقبل التبسيط وخصوصاً من مصدر موثوق به.

# أهمية الرأي العام:

الرأي العام له أهمية بالغة كقوة من قوئ الوجود السياسي، فهو يمثل تعبيراً سلوكياً ينبع من تفاعلات الشخصية العامة للجهاعة أو المجتمع، كها تصبح قوة الرأي العام بمثبة الطاقة الفعدية التي يعتمد عليها وجود النظام وتطوره وإزدهاره؛ وعلى الرغم من أن الرأي العام يرتبط إرتباطاً وثيقاً بتقدم ديمقراطية النظام السياسي في المجتمع، غير أنه من الضروري ملاحظة أن الرأي العام لا يقتصر على القضايا السياسية فقط، بل يتعداها ليشمل المشاطات الإجتهاعية كافة؛ وتأتي أهميته من الوظائف التي يقوم بها والتي تتمثل بالآي؛

<sup>1</sup> عصام سيهان الوسئ، المدخل في الاتصال الجهاهيري، ط5، مصدر سابق، ص170.

<sup>2</sup> مىلە خايغ بدري، مصدر سابق، ص113

- يقوم بإسناد الهيئات الاقتصادية والإجتماعية والثقافية.
  - يسن القوانين وبلغيها.
  - يرعى المثل الأخلاقية.
  - يقوي الروح المعنوية.

فصلاً عن ذلك فأنه يعد بحق همزة الوصل بين علم السياسة وعلم النفس السياسة وعلم النفس السياسي، فلرأي العام له مضمونه السياسي كها أن له أبعاده النفسية الكامنة التي ما زالت حتى الآن في حاجة إلى مزيد من الدراسات، والرأي العام بمعناه الواسع هو الموجه الأول للفرد في تقرير سلوكه؛ وكان الرئيس الأمريكي الأمبق (إبراهام لينكولن) خير من عبر عن أهمية الرأي العام وحذر من خطورة عدم الأهتام به من قبل الحكام، حين قال "إنه عن أهمية أنك تستطيع أن تخدع بعض الناس بعض الوقت ولكنك لا تستطيع أن تخدعهم كل الوقت".

وبللك فإن تبلور الرأي العام سيؤدي إلى أن يكون بمثابة الموجه لحركة النظام السياسي، وهذا ما ينسجم مع فكرة أن تكون السلطة ومن ثمَّ النظام مُعبراً عن الإرادة العامة للمواطنين، والإرادة العامة ليست إلا صورة من صور الرأي العام الشاملة، كما أن الرأي العام بتبلوره يُسهم في رعاية المُثل الإجتماعية ودعم القيم الأخلاقية للمجتمع.

# حناصر الرأي العام:

الْ وجود الرأي العام في لحظة معينة مرتبط بتوفر العناصر الآتية:

1) وجود قضية معينة تنظلب إبداء الرأي تجاهها، ويشترط في هذه القضية أن تكون معاصرة وجدلية، تتضارب الآراء حولها، وهذا يعد العنصر الأول الذي يجتمع حوله الجمهور.

<sup>1</sup> نامد زمري، معيدر سابق، س102.

<sup>2</sup> غريره عنده مصدر سانق، مي138 - 139.

- الجمهور: وهو مجموعة الأفراد الذين يبدون أهتهاماً بقضية عامة يلتفون حولها
   ويكون هؤلاء جمهور الرأي العام.
- 3) مُركّب التفضيلات السائد بين أعضاء الجمهور: أي وجود رأي للحماعة تجه تلك
   القضية سواء بالقبول أو الرفض، والذي يفصح عنه شفاهة أو كتابة.
- 4) التعبير عن الرأي: ويتم بأستخدام أي وسيلة للتعبير عن وجهات النظر التي تتجمع
   حول القضية المطروحة.
- 5) القياس العلمي للرأي العام: أي التحديد العلمي الدقيق المبني على الأساليب المتعارف عليها للإستقصاء والمسوح العلمية لمركب التفضيلات المتاحة ويعد أحد الأركان الأساسية في مفهوم الرأي العام.
- 6) التوقيت الزمني: الرأي العام بطبيعته منفير وليس دانياً فهو ينتهي بمجرد أنتهاء القضية، إذ يصعب على الجمهور نفسياً الأنشغال بالعديد من القضايا وبالدرجة نفسها وفي الفترة الزمنية نفسها ولكن هناك دائياً شكل من أشكال التناوب في الأهتيام بالقضايا".

وعن طريق هذه الخصائص لمفهوم الرأي العام، يمكن القول إن المقومات الأساسية التي يقوم الرأي العام بتوافرها هي: (المجتمع، المشكلة أو القضية، التفاعل الجماعي).

1يطر:

عصام سليان الموسئ، للدخل إلى الاتصال الجهاهيري، ط5، مصدر سابق، 172 - 176

بسيري الراميم حادث، دراسات في الإعلام وتكتولوجيا الاتصال والرأي المام، على الكتب، القاهرة 2008، ص 226 231

منالج خليل أبو أصبح ١٠٤ تصال والإعلام في للجنيمات للعاصر قاط 5 مصدر سابق من 286.

# أنواع الرأي العام:

تنول الكثير من الخبراء والمهتمين بظاهرة الرأي العام العديد من التصنيفات ووفق الكثير من المقييس التي تقسم الرأي العام على أساسه، وفيها بأتي أهم التصنيفات للرأي العام والتي أفرزتها جهود مجموعة من الخبراء والمهتمين به:

# أولاً: التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر:

- 1. الرأي العام النابه أو القائد: يتكون من صفوة المجتمع ومنهم قادة الرأي والمفكرين والعلماء والساسة والمثقفين، وتعد وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويثقف ويوجه ويرشد الناس ولهم أهداف معينة بجرصون على إقناع الشعب ب، ويمتلكون قدرات إقناعية وتأثيرية كبيرة؛ ويسمئ أيضاً المستنبر، وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام المختلفة بل هي التي تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها.
- 2. الرأي العام القاريء أو المثقف: وهو رأي أواسط الناس ثقافة الذين تقل ثقافاتهم عن الرأي العام القائد من المتعلمين، ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوئة حسب مستواه التعليمي ونضجه، كما يؤثرون في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات.
- 3. الرأي العام النابع أو المنقاد: وهو رأي السواد الأعظم من الشعب، الرأي الذي يتأثر بوسائل الإعلام ولا يؤثر فيها، ويتكون من الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة، إذ يسلكون في كثير من الأحيان سبيل الثورة، ولا يملكون القدرة على منقشة القضايا التي ثاروا من أحلها، أي بشكل غير واع ووفق إرادة الزعاء الذين صوروا لهم إرتباط تلك القضايا بمصلحتهم العامة؛ ولذلك يعتبرون طعاً مهلاً للدعاية!.

<sup>1</sup> يظر ا

عاطف عللي الساءمصالر سابق، ص107-108

أحمد بدر، الرأي العام، مصدر سايي، ص62.

<sup>🕨</sup> غامر جسي فيافيء بصفر سابق، من19

عبد اللطيف حرقه الإعلام والدعلية عنو التكر العربي، القاهر قد 1984، من 24

#### ثانياً: التقسيم حسب العنصر الزمني:

- الرأي العام الدائم: وهو الرأي الأكثر رسوخاً الذي يُرسي القواعد الأساسية للرأي
  العام ويتصل بقوة بالأشياء الثابتة كالدين والأخلاق والتقاليد ويقوم على أسس
  العوامل الثقافية وتتمسك به الجهاعات فترات طويلة، والتي تتحول أحياماً إلى ما يشبه
  العقيدة.
- الرأي العام المؤقت: ويقوم حسب الإنتياء لجياعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب
  وإزاء مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بأنتهاء المؤثر، وتمثله الأحزاب السياسية
  والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة.
- 3. الرأي العام اليومي أو المتقلب: وهو الذي يتأثر بالأحداث اليومية ويعتنقه معظم أفراد الجهاعة وتعيش عليه وسائل الاتصال الجهاهيرية والتي تعدمصدره الرئيس في الغالب، فضلاً عن الشائعات التي تتكون حول قضية ما وتستمر لعدة أيام أحياناً.

# تَالثاً: التقسيم حسب النطاق الجغرافي:

1) الرأي العام المحلى: ويسمونه الجزئي أيضاً، وهو الرأي السائد في منطقة معينة أو مجموعة معينة من المناطق، حول أمور وقضايا تتعلق بمصالح الأكثرية منهم، والتي لا تهم غيرها من مناطق البلاد الأخرئ.

1 ينظر

هده حافظ بدري، مصدر ساق، من100.

ماحب عدلي الحبدة المصدر السابق م 109

<sup>2</sup> ينظره

صادق الأسود، مصدر سابق، ص66.

ماطف صلى العبلة مصدر سابقة ص110 -114.

حيدة سميسي طريه الرأي العام مدخل مصدر سابق ص 250-253

- 2) الرأي العام الوطني أو القومي: وهو الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكاش بها ونستند إليه السلطة القائمة ويتميز بخصائص أهمها: التجانس، وإمكانية التنبوء به، ومعالجته للمشكلات القومية.
- (3) الرأي العام الأقليمي: هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً في فترة معينة، والذي أفرزه الجدل والنقاش تجاه قضية أو أكثر، تتعلق مبشرة بمصالحهم المشتركة وقيمهم الإنسانية، وله مقومات أساسية، تتمثل في الإرتباط التريخي وتقارب التقاليد والعادات وتشابه الأوضاع السياسية والاقتصادية.
- 4) الرأي العام العالمي: الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالر في فترة معينة ونحو قضية معينة؛ وينكر وجوده وتكونه البعض من الباحثين في عجال الرأي العام، إلا أن كل الدلائل تشير إلى وجوده وأهميته إلى درجة أصبح فيه أحد المتغيرات الأسسية في صنع السياسة الحرجية للعديد من دول العالر وقد أثبت فاعليته العديد من المنسبات، وهو يمثل رأي الشعوب لا رأي الحكومات، وقد أصبح الآن سمة من سيات مجتمعن الدولي المعاصر ومؤثراً فعالاً له لاسبها بعد أنتشار ومنائل الاتصال الحديثة.

وقدم الباحثون في مجال الرأي العام تصنيفات أخرئ له تمثلت في الآتي:

- الرأي الخاص: هو الرأي الذي يحتفظ به الفرد لنفسه و لا يبوح به لغيره خشية تعريض نفسه للضرر ويظهر أثره في الرأي العام في حالة التصويت السري في الإنتخابات.
- الرأي الشخصي: وهو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه بعد تفكير في موضوع معين
   ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشئ من الجهر به.

1 ينظر

عاطف عدلي العبدة للصادر السابق، ص115.

ها، حاظ بدري، مصدر مان، س 98 103

أحد بنير ، الرأي العام مصدر سابق ص 58.

- 3) رأي الأغلبية: هو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجهاعات الفعّالة دات
   التأثير بها يزيد عادة على نصف الجهاعة.
  - 4) رأي الأقلية: يمثل رأي ما يقل عن نصف أعضاء الجاعة.
- 5) الرأي الائتلاقي: هو ائتلاف بعض الآراء في الجهاعة إزاء مشكلة معينة في وقت محدد تحت صغط ظروف خاصة وهو من إنتاج عوامل خارجية عارضة وليس وليد الماقشة.
- 6) الرأي الساحق: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجهاعة ولا يمثل رأي الأعلبية بل
   هو رأي قريب من الإجماع.
- 7) الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام المعبر عنه ويتكون هذا الرأي في المجتمعات المتقدمة التي يتمتع مواطنوها بحرية الرأي والتعبير عن آرائهم.
- 8) الرأي العام الكامن: وهو الرأي غير المعبر عنه، وذلك خشية من النظام السياسي أو السلطة، إذ أن هذا الرأي لا يصب في دائرة المصالح الخاصة للسلطة ونظامها السياسي، فضلاً عن كونه ضد المعايير الإجتماعية السائدة.

# أساليب تغيير الرأي العام:

تعد الآراء من أصعب الأمور تغييراً، ويعد وصول الحقائق أو المعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، إذ لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائها أسرع في تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، إذ يكون مذبذباً في إتجاهاته وقريسة لملإشاعات والإنحرافات، ويتصف في المهابة بالتطرف والنظرة السطحية للأمور، ويغلّب عليه الإنفعال المطارئ لا التفكير السليم؛ ومن أساليب تغيير الرأي العام ما يأين:

1 يظر

هـاه حافظ بدوي، معيدر سابن، ص 140-141.

عنطف علي المده مصدر سابق، ص116 -119.

- 1- أسلوب التكرار والملاحقة: أعتنقته الدعاية الألمانية في فترة ما قبل وأثناء الحرب العدلية الثانية، وأعتبرته الأسلوب الأنسب لمخاطبة الجهاهير خصوصاً حين تتجه المخاطبة الجهاهير خصوصاً حين تتجه المخاطبة اللي إثارة العواطف والمشاعر لا إلى العقل؛ كها تم أستخدامه في الدعاية الأسرائيلية بعد حرب عام 1967 لتثبيت مفاهيم معينة عن الشخصية العربية، وهذا النوع يحتج إلى السيطرة على الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلقاز.
- -2 أسلوب الإثارة العاطفية: عن طريق النشهير وتشويه صمعة الناس؛ وهذا الأسلوب يتطلب لضهان أستمرار وصوله لأهدافه أحتكار توجيه الجهاهير وعدم السهاح بوصول آراء مخالفة، وكثيراً ما يتم أستخدامه عند الترويج لقضايا غير عادلة كها هو احال في أستخدامه من قبل أسرائيل في تعاملها مع القضية الفلسطينية.
- 5- أسلوب عرض الحقائق: ويتمثل في النوعية الواعية للجهاهير عن طريق الشرح والمنقشة والإقدع؛ ويعتمد على وصول الحقائق إلى أكبر عدد بمكن من الدس على أسس أن الحقائق الملموسة أقوى أثراً وأبقى من الأكاذيب والشائمات، وقد اتبعه الإعلام المعاري في حرب عام 1973، وأيضاً اتبعه الإعلام العُهاني أثناء حرب الحقيج الثانية.
- 4- أسلوب تحويل إنتباه الجماهير: ويقصد به تحويل الإنتباه إلى موضوع آخر؛ ويتبعه في المغالب السياسيون وأجهزة الإعلام.
- أسلوب البرامج الإيجابية المحددة: عن طريق التصريحات الإيجابية المتسمة بالإيهان بالمستقبل و لتفاؤل به، ذلك أن الجهاهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لم تحمله في طينها من سلبية؛ لكن هذه البرامج والتصريحات الإيجابية تفقد قيمتها وينقلب إلى تأثير عكسي مالريتبعها العمل والتنفيذ.
- 6 أسلوب الشائعات: نشر إشاعة ما عن طريق أجهزة الإعلام بحيث تؤثر على الرأى العام مثل مددث في الحرب العالمية الثانية بإشاعة موت الزعيم الألماني (ادولف هند).

# وسائل الاتصال الجماهيري وأحميتها في تكوين الرأي العام:

حولت العديد من الدراسات وعلى مر السنين الماضية تأكيد العلاقة بين الرأي العم ووسائل الاتصال الجهاهيري وذلك عن طريق تأكيد الدور الذي يمكن أن تضطلع به تلك الوسائل في تشكيل الرأي العام، وركزت تلك الدراسات في البدء عن الصحافة قبل بروز قوة التلفاز وظهوره في المجتمعات، عن طريق تأكيدها الدور الذي تقوم به الصحفة خصوصاً في مجال التصدي لموضوعات معينة وإثارة الأهنام العام نحوه حنى تصل إلى مصاف الإحتياجات الإجتهاعية مروراً بمرحلة جذب الإنتباه العام ووصولاً إلى مرتبة النقاش العام وهي المرحلة الأولى من مراحل تشكيل الرأي العام ا إذ تقوم تلك الوسائل بتسليط الضوء على القضايا والموضوعات وإبرازها كأحدى أولويات الرأي العام بهذا العام، خصوصاً وأن الصحافة وسيلة مهمة من الوسائل الإعلامية القادرة على القيام بهذا الدور على أعلى المستويات، إذ تستطيع أن تؤدي وظيفة مدهشة وهي صناعة الرأي العام الم

وتأكيداً للعلاقة بين الرأي العام والإعلام، فإن هناك دراسات عديدة في هذا المجل تشير إلى أن صناع القرار السياسي قد يلجأون إلى أستخدام وسائل الإعلام من أجل إبراز مطلب سياسي ما ليبدو كأنه مطلب عام، كي يظهروا عندما يتخذون قرارهم بشأن هذا المطلب وكأنهم يستجيبون للمطالب الشعبية، وبذلك يستخدم صناع القرار وسائل الإعلام من أجل تشكيل رأي عام مسائد لقراراتهم وضمن هذا الإطار يمكن إيجز تأثيرات الإعلام على الرأي العام في النقاط الآثية:

<sup>1</sup> Protess, David,L., and Mccombs, Maxwell (eds) Agenda - setting readings on media, public opinion and policy making, Law wrence associate (New Gersy, 1991), p.2.

<sup>2</sup> أمرر الساعي، التحطيط الإعلامي السياسي، ورارة الشافة والإرشاد، معشق، 1971، ص.6.

<sup>3</sup> سيون ابراهيم حديث دور و سائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مصدر سابي، ص56

<sup>4</sup> عصام سليهان الموسيء المناخل في الانصال الجهاديري، مصلو سابق، ص180 - 181

- المنتقرار في الرأي العام: فالإعلام يعمل بصورة رئيسية على تعزيز معايير
   الرأي العام السائدة، ولا يعمل على تغييرها بشكل جذري إلا في أحوال معينة.
- 2- تغيير الرأي: للإعلام القدرة على تغيير آراء بعض الناس بطريقتين: الأحداث التي يختار الإعلام أن يقدمها ويبرزها ويسلط الضوء عليها، والكيفية التي تنم به تغطية تلك الأحداث وطريقة تحليلها والنعليق عليها.
- 3- تحديد الأولوبات: يستطيع الإعلام تسليط الأضواء على موضوع وإبرازه كها يستطيع
   تجدده وإهماله، والمواضيع التي يبرزها الإعلام يلتفت إليها الجمهور ويهتم بها.
- 4- تحديد الخيارات المطروحة: يستجيب الإنسان في عالمنا الحديث إلى المواضيع التي يطرحه الإعلام ويتأثر بها، وغالباً ما تعمل وسائل الإعلام على تحديد الخيرات المطروحة إعتهاداً على ما تستقيه من مصادرها الأساسية.
- 5- الترفيع والإعلاء: تسلط وسائل الإعلام الأضواء على قلة من الأشخاص أو الأحداث وبها يسهم في رفع قدر هؤلاء الأشخاص ويُعلي من شأنهم، فضلاً عن أن الأحداث الني يبرزها الإعلام تستأثر بأهنهام الماس وتؤثر فيهم.

كما تمكن الباحثون الأمريكيون من تحديد ما لا يقل عن أربع طرق مختلفة تترك وسائل الإعلام عبرها آثارها على الرأي العام، وهي كما يأتين:

- 1. تمكين الناس من الإحاطة بها يجري في العالر (أسلوب التعلم).
- 2. تحديد القضايا والأحداث السياسية المهمة (أسلوب ترتيب الأحداث).
- أداء دور تأثيري في تحديد من من السياسيين ينبغي لومه أو مكافأته بشأن المواضيع والأحداث التي توردها الأخبار (تحديد المسؤولية).
  - 4. أسلوب التأثير في الخيارات والميول السياسية للتاس (الإقناع).

وهذه الفتات الأربع من التأثيرات ضمن إطار أشبه ما يكون بالسلسلة، إد تمثل عملية ريادة الإحاطة إلى حلوث تغيرات في بروز حدث أو قضية معينة، وإذا تحول أهتهام الناس إلى قضية أو حدث ماء فأتهم سيبادرون إلى محاولة تكوين فهم خاص بهم، وهن تلجأ وسئل الإعلام إلى وضع المواضيع في إطار معين يمكن أن تقود إلى النظر للمسؤولية عما يجري بطرق مختلفة، وحيث يمكن أخيراً للأخبار أن تقنع الأفراد بتغيير ميولهم السياسية؛ وقد أسهم التطور الكبير الذي حدث لموسائل الاتصال في العصر الراهن، ليس على مستوئ التقدم التقني فقط، بل أيضاً في طرق التقاط وجمع المعلومات ومن ثم تحليلها وعرضه، إذ أسهم هذا في حدوث نمط جديد من التأثير في الرأي العام، ويعود فلك أساساً لأنساع بجال نقل المعلومات ومرعة إيصالها إلى الرأي العام، ففي المضي وخلال الفترة التي سبقت وفرة وسائل الاتصال المتقدمة والسريعة، كالأنترنت والتلفزة الفضائية والإذاعية وأجهزة الهاتف النقل وغيرها، كانت عملية إيصال المعلومات منخفضة المستوئ، بسبب تدني كفاءة وسائل الانصال التقليدية وقلمها، فضلاً عن تعدد أساليب التشويش سواء الفنية والتقنية أو الدعائية، التي تستهدف وسائل الاتصال خصوصاً الإعلامية، ما يؤدي إلى حجب الكثير من الحقائق والوقائع عن الرأي العام.

وقد أكد (مأكلويد) أن ثمة علاقة إرتباط بين التطور الضخم لوسائل الاتصال الجهاهيري دور وظيفي الجهاهيري دور وظيفي في إطر العملية السياسية؛ ومن هنا يصبح لوسائل الاتصال الجهاهيري دور وظيفي في إطر العملية السياسية والإجتهاعية.

وعندما نتحدث عن دور الإعلام في تكوين الرأي العام نلحظ أن الرأي العام له دائرة حركبة محددة في تأثره بالإعلام فهو يتأثر بالأحداث الجارية أكثر مما يتأثر بالكلمات التي تقل حوفا، لاسبها وأن موقف الرأي العام يُبنئ على أساس المصالح الذاتية للدس،

<sup>1</sup> مثيم اينز لابع وآخرون للصدر السابق، ص134.

<sup>2</sup> غريرة عيده مصدر سابره ص19.

إذ يعكس الرأي العام بالفعل المعلومات التي تلقاها الجمهور، وتتيجة لذلك فحين لا يكون هناك تدفق حر للمعلومات فمن السهل أن يتأثر الرأي العام بالبلاغات المنحازة أو الدعايات، ويجب أخذ هذه التأثيرات في الأعتبار عند الإيلاغ عن الرأي العام من بلدان يخضع فيها تدفق المعلومات للرقابة أو للقيود الحكومية.

وفي ضوء ذلك لابد من الإشارة إلى موضوعين أساسيين، يتمثل الأول في الملاقة بين التلفاز بصفته الأبرز من بين وسائل الاتصال والحكومة، ولكي تحظى بتأبيد الرأي العام لسياستها الداخلية والخارجية فأنها لابد فا من أن تتحكم بالمعلومات التي يتلقاها الجمهور فهي تعمل على تحديد المواقف وتقديم الرؤئ المختلفة ولكن بأسلوب الحاص الذي ينسجم مع أهدافها السياسية والإجتماعية والإقتصادية والثقافية؛ أما الموضوع الثاني فيتمثل في العلاقة الترابطية والتكاملية في الأدوار بين تلك الوسائل والعاملين فيها وما يقوم به رجال السياسة والحكومة، فالسياسيون ينتهي دورهم عند تحديد الأهداف والسياسات العامة التي يُراد تحقيقها ومن ثم يبدأ دور الإعلامي في صياغة هذه لسياسات والتعبير عنها بالأساليب الإعلامية المناسبة.

#### الرأي العام وأهميته في تشكيل السلطة السياسية:

تمش العلاقة بين الرأي العام والسياسة علاقة دائرية، فالرأي العام يؤثر في السياسة والعكس صحيح، لكن هذه العلاقة تختلف بإختلاف النظم السياسية السائدة وحسب عوامل عديدة، كنوع القضية المطروحة ودرجة تماسك الجهاهير ووجود المؤسسات الدستورية التي تتبح تدفق رأي عام حر مؤثر في السياسة؛ وكها ذكرنا سابقاً في أن الرأي

<sup>1</sup> شلدون أرا جوابرر وجي إيدائر ويت، طيل الصحعي إلى استطلاعات الرأي العام، ت: حشام عبدالله، الدار الاحدية لدشر والتوريع، عيّان، 1997، ص24

<sup>2</sup> سلام خداب الدصري، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية (دراسة في الاختراق الإعلامي الأمريكي للوطن العربي)، دار الشؤون الثقائية العامة، معاد، 2002، مر 62.

العم يؤدي دوراً كبيراً في عملية صنع القرارات داخل الدولة، إلا أن هذا الدور يبقى رهياً ممدئ تمتع المجتمع بمعطئ الحريات العامة، وكذلك بطبيعة النظم السياسي والفلسفة التي تحكم هذا النظام، فالحريات العامة هي التي تصون وتكفل الرأي العام، والبظام السيامي هو الذي يجدد حجم ومدئ تفاعله مع آراء المواطنين وتوجهاتهم.

وأضحى الرأي العام ظاهرة لا يمكن لأي نظام سياسي أن يتفاضى عنها مها كان شكل هذا النظام وطبيعته، فالنظام السياسي حتى ولو كان لا يمتلك مؤسسات للرأي العام وقد يتجاهل وجوده، فللك لا يعني عدم وجوده، لأنه موجود في حالة كامنة، لذا ليس من الغرابة بشيء أن تكون عملية الأستحواذ على الرأي العام هدفاً لكل سياسة سواء كانت في السلطة أم خارجها غير أن طريقة التعامل السلطوي مع الرأي العام تختلف بإختلاف طبيعتها وأهدافها وأشكال مؤسساتها وبذلك يرتبط الرأي العام إرتباطاً وثيقاً بتقدم المجتمع وديمقراطية نظامه السياسي، فالرأي العام ظاهرة متغيرة شديدة القابلية للتأثر بالمتغيرات المختلفة وهذا ما يجعل لزاماً على المختصين في دراسة الرأي العام رصد الظاهرة وقياسها.

ومفهوم الدولة الحديثة نموذج فريد من نوعه، إذ أنها تعلن أن واجب الدولة هو أن تدع شخصية الفرد تتكون وتتكامل ثقافته بحرية ودون قيود، ورغم ذلك فهي تشعر بأن واجبها أن تضع قنوات ثابتة ومنظمة تسمح لها بأن تشكل الإطار الفكري للمواطن بطريق أو بآخر، ويتمثل جوهر الوظيفة الاتصالية للدولة الححديثة في عملية تكوين الرأي العام في محتمع معين لكي يكون صالحاً للقيام بأدواره أو وظائفه التي تحددها الدولة، سواء كن ذلك على الصعيد الداخلي أو الحارجي؛ وفي مقابل محاولة الرأي المعام إثبات حضوره وفعليته وقوته، وهي المحاولة التي تظهر في فرض أولوياته على الحكومة، فأن الحكومة،

<sup>1</sup> صادق الامودة مصفر سابقة ص145 2 سعد زمريء مصفر سابقة ص197

أيضاً ربي تعمل من أجل أداء دور مهم في تشكيل الرأي العام، وفي تكوين لغته عن الرأي العام، وفي خلق العادات والثقافات الجليدة، التي قد تسهم فيها بعد في تشكيل الرأي العم، أو في الأقل في صياغة جليدة لأولوياته، فيها بين الحكومة والشعب قد تنحاز وسائل الاتصال إلى الرأي العام تارة وإلى الحكومة تارة أخرى، وتبقئ المظروف التي تحدد وجهة هذا الأنحياز عكومة بطبيعة النظام السياسي وبالمناخ السياسي والإجتهاعي والاقتصادي وبطبيعة القضايا وإرتباطها بالأزمات والصراعات؛ وبذلك فأن الإنجاء العم هو أنه مع ثبت المظروف الأخرى سياسياً واقتصادياً وإجتهاعياً فإن وسائل الإعلام طدور مستقل في إثراء الحياة السياسية في المجتمع عن طريق إثارة المناقشات السياسية والحوار السياسي وتحفيز الفرد والحوار السياسي لبناء وخلق الأستعداد للحركة والسلوك السياسي وتحفيز الفرد للمشاركة.

وم تقدم تتضع أهمية الدور الإعلامي للدولة عبر صنع حد أدنى من الترابط؛ لاسيها أن قيم السلطة السياسية بإمداد الرأي العام في المجتمع بالبيانات والمعلومات حول الأحداث والوقائع التي يعيشها ويمر بها يسهم في تنويره وإحاطته علماً بتلك الأحداث والوقائع، ويساعده على تكوين إدراكاته، وتصوراته عنها، ومن ثمّ تكوين وعيه الذاتي به، وتتفاوت الأنظمة الإعلامية في ختلف البلدان في قيامها بهذه الوظيفة، وهي بهذا تكون النقطة الأولى في حملية تشكيل الرأي العام؛ إلا أن قدرة وسائل الاتصال على التأثير في المعرفة، ومن ثمّ تكوين رأي عام تعتمد على عوامل عدة من أهمها النبصر والتوجه المعرفي للمشاهدين بهذه الوسائل ودرجة تأثرهم بالرسائل التي تبثها؛ فالنوع الأول من الأفراد الذي يعتبر الوسائل الاتصالية مصدراً مها للحصول على معلومات تستحوذ على أهمامه وليس لشغل وقت الفراغ وهذا المتفاعل يتيح الفرصة أمامه لتنشيط الإنجاهات وتدعيمه،

<sup>1</sup> اومش راييه مصفر سائل، مي250

<sup>2</sup> سيوي ابر هيم حمدة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيه الاتصال والرأي المح، مصدر سابق، ص348.

وإختيارها وتعديلها نحو الشخصيات أو الأحداث أو المواقف التي يجمع عنها المعلومات؛ كما أن هناك نوعٌ ثانٍ من الأفراد يستخدمون الوسائل الاتصالية بهدف المراقبة والتأكيد، مراقبة ما قد يطرأ على ما لديهم من معلومات عن تلك الموضوعات أو لتأكيد الحصيلة المتوفرة لديهم عنها.

والرأي العام سواءً أكان مؤيداً لسياسات وقرارات الحكومة أم رافضاً لها يبقى له قوة تأثير فاعلة في كل مجتمع، بن قد يكون في بعض الأحيان المحرك للعديد من القضيه والأحداث، وبغض النظر عن طبيعة النظام السياسي وما يتبعه من نظام اتصالي، فإن الإنجاء السائد اليوم على المستوى العالمي يميل بإنجاء أعتباد المديمقراطية والتعددية الإعلامية ولو بشكل متفاوت، ولهذا أصبحت وسائل الإعلام اليوم جزءاً لا يتجزأ من الحياة السياسية، كونها وسيلة نقل الخطاب أو الرسالة السياسية من المرس (الذي قد يكون أحد عناصر النظام السياسي) إلى المتلقي أو المرسل إليه (الشعب أو الجمهور أو الرأي العام)؛ وكما تنوع المصادر التي يبدأ منها الرأي العام في المجتمع الديمقراطي تتنوع اليضاً العوامل والمؤثرات التي تُسهم في تشكيله ومن أهمها:

- 1) العوامل البيئية المباشرة: كالأسرة والجيران وجماعات العمل والأصدق، ودور العبدة والمدارس، إذ يكيف المرء رأيه ليتفق مع الرأي الأكثر شيوعاً داخل الجماعة الإجتماعية التي ينتمى اليها.
- 2) جماعات المصالح: وتعمل هذه الجاعات المنظمة للتأثير في صنع القرار عن طريق تشكيل الرأي العام حسب توجهاتها وتستخدم وسائل الإعلام الأكثر ذيوعاً وتأثيراً في المجتمع لتحقيق أهدافها.
- 3) قادة الرأي: ولديهم القدرة على جذب أنتباه الرأي العام لقضايا معينة أو صرفه عن
   قضايا أخرى، ويساعدهم في ذلك شعبيتهم وقبول الجهاهير لهم.

<sup>1</sup> ماهد زمري: مصفر سابق، ص125.

4) وسائل الإعلام: وتمارس التأثير الأكبر في وضع أولويات الأهنهامات داخل المجتمع
 وهذا ما عُرف علمياً بوظيفة ترتيب أولويات الاهتهامات أو (وضع الأجندة).

ويمثل الرأي العام في المجتمعات الحرة قوة ملزمة ضاغطة على أصحاب القرار، وهما يصبح قادراً على تغيير ورسم السياسات وفقاً لمصالحه وإرادته، وهذا مرهون بتوافر الحرية والمهارسة الديمقراطية ويتطلب أرادة شعبية لا تنمو إلا عن طريق مجتمع حر يتيح حرية المناقشة.

وإضافة إلى دور وسائل الإعلام في الحياة السياسية، تقوم الأحزاب السياسية بدور مهم في تكوين الرأي العام وتوجيهه بنشر وتجديد الثقافة السياسية لدى الجهاهير والتي تؤثر في تشكيل الرأي العام، وهي عن طريق وسائلها الإعلامية وطرحها لأفكاره تؤدي دوراً مهم في التأثير على الرأي العام عن طريق تعزيز التعليم والثقافة السياسية للقاعدة الشعبية سواء في عامته أو تكوين نخب ممتازة تكون نواة العمل السياسي والقيادي فيها بعد؛ كها لا يمكن إغفال أهمية المؤسسات الدينية ودورها المحوري بين الجهاهير، وخاصة في الدول التي تقترب فيها الجهاهير من هذه المؤسسات، وكثيراً ما تم أستغلال هذه المؤسسات كمنابر لتعبئة الرأي العام وتوجيهه في العديد من القضايا، ودائها كانت تثبت المؤسسات كمنابر لتعبئة الرأي العام وتوجيهه في العديد من القضايا، ودائها كانت تثبت المؤسسات كمنابر التعبئة الرأي العام وتوجيهه في العديد من القضايا، ودائها كانت تثبت

<sup>1</sup> سبور، الراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكتولو حيا الاتصال والرآي العام، مصدر سابق، ص239. 2 سعدرمريء مصدر سبيء ص110.

# الفصل الثاني نظريات التأثير في الاتصال ونظرية ترتيب الأولويات

المبحث الأول: مدخل إلى نظريات التأثير في جمهور الاتصال الجماهيري المبحث الثان: نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) المبحث الثالث: المقدرة الإقناعية للإعلام المرثي

# المبحث الأول مدخل إلى نظريات التأثير في جمهور الاتصال الجهاهيري

#### تمهيد

أصبح الاتصال مادة يبحث فيها العلماء منذ وقت قليل نسبياً، إذ اجتهدوا في حمع وتنظيم المعلومات والبيانات المتوفرة حوله ليكونوا مبادئ وأسس وإفتراضات نظرية، وهي بالطبع تحتلف جذرياً عن ما يوصف في بعض التراث الاتصالي بنظم أو نظريات الاتصال الأربع (النظرية السلطوية، الشيوعية، الليبرالية، المسؤولية الإجتماعية) التي أرتبطت أكثر بنظم حكم معينة وبأساليب إدارة أجهزة الاتصال الجماهيرية.

ومما أسهم في كثرة نظريات التأثير في الاتصال الجهاهيري على مدئ القرن العشرين، التناقضات والصراعات التي شهدتها المجتمعات من كل نوع والناجمة عن إختلاف الأنظمة الفكرية والجيوسياسية والإقتصادية والعسكرية والإجتهاعية والثقافية؛ وعلى الرغم من الطبيعة غير المنظمة لأبحاث الاتصال الجهاهيري في السنوات الماضية، إلا أن هذه الأبحاث ساعدت بالتدريج في تراكم مجموعة من المعلومات المترابطة حول وسش الإعلام وآثارها، كما ساعدت في خلق اتفاق جماعي منزايد حول كيفية وجوب دراسته.

#### مفهوم النظرية الإعلامية:

عمد الباحثون في مجال الإعلام الجهاهيري لفترات ممتدة إلى تحقيق أقتراب نفسي والتركيز على الصيغة المعرفية التي شكلت القاعدة الأساسية في أبحاث الإعلام خلال عقود طويلة من الزمن والتي أستهدفت التأكد من تأثير مضامين الإعلام على العمليات العقلية للجمهور المتلقي؛ وتؤكد المقولة الأساس في هذا الأقتراب ان تَعرُض المتلقي

1 مضين دلير، مصدر سايي، ص27

2 فريال مهناه مصدر سأبقء ص 319

<sup>3</sup> حسن ھردمکاري وليان حسين السيدة مصدر سابق، ص230.

للمعلومات التي يقلمها الإعلام الجهاهيري يؤدي بالضرورة إلى تغييرات في العوامل المعرفية كالآراء والحاجات والميول والمعتقدات التي تبدل بدورها سلوكيات الفرد".

ومن الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في بجرئ تطور البشر، وأن هذاك علاقة مبيية بين التعرض لومائل الإعلام والسلوك البشري وذلك على الرعم من صعوبة الإثبات الدقيق للعلاقة بين السبب والأثر لدئ كل الأقراد، في كل المواقف فهناك العديد من المتغيرات المركبة التي تتحكم في آثار وسائل الإعلام؟ وهكذا ومع الأهتهام بقوة وسائل الإعلام قام المديد من الباحثين في مجالات العلوم الإنسانية كافة بالنظر في حقيقة قوة وسائل الإعلام كعوامل مؤثرة في سلوك ومواقف ومعارف الأفراد والجهاعات والمجتمع؟ إذ أهتموا بإبتكار طرائق وأساليب ومناهج للتعرف على تأثيرات الإعلام والاتصال الجهاهيري، وصاغوا نظريات يستند معظمها إلى دراسات أمبيريقية في مجتمعات عديدة ومتنوعة، ما أدى إلى ظهور وانتشار حصيلة نظرية غنية في كل مرحلة من مراحل التطور الإعلامي في سياق النظور الإجتهاعي العام.

وتكد لا توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، وإنها يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، كها وتساعد هذه النظريات في توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة.

ويمكن تقديم مفهوم للنظرية بشكل عام يتمثل في أنها: "محاولة لتقديم العلاقات الكمنة التي يُفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً، في شكل رمزي؛ أي أنها وبمعنى آخر أدوات ثقافية تساعد في فهم أي ظاهرة أو نظم، وإدراك

<sup>1</sup> فريال مهده المصادر السابق، ص129.

<sup>2</sup> حس عراد مكاري وليل حسين السدة المستر السابقة ص395 -396

<sup>3</sup> درس مها، مصفر سابي، ص319– 320.

العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو ذاك النظام"؛ وبذلك تكون النظرية محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطاراً نظرياً وعملياً لم تحاول تفسيره، كما أن النظريات تقوم على كم كبير من التنظير والإفتراضات التي قويت تدريجياً عن طريق إجراء تطبيقات ميدانية، إذ أن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديرة بالبحث، إضافة إلى إستكشاف طرق جديدة للبحث، إضافة إلى إستكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

والنظريات الإعلامية هي خلاصة نتائج الدارسين للاتصال الإنساني بالجهاهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام وعاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقت وأثره في المجتمع؛ وهناك علاقة بين نظريات الإعلام وقلسفة الإعلام، إذ أن فلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجللية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين تمارساته الفعلية في الواقع الإجتماعي، ويرئ الباحثون في مجال نظريات الاتصال الجهاهيري أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم وأشمل من النظريات، وأن أستخدام تعبير نظريات الإعلام كن في مجمله إنعكاساً للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات إجتماعية وإقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية.

وقد تم التوصل إلى عدة نظريات إعلامية لتفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وبين المجتمع، كما بذلت عدة محاولات علمية لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصره، ولعل المتتبع لنظريات تأثير وسائل الاتصال سيجدها أشبه بموجات تتداخل

<sup>1</sup> حيهان أحدوشيء الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص62.

<sup>2</sup> عمد جسم ملحي، مظريات الاتصال والإعلام للجاهري، محاضرات لطلة للجستير، الأكانيمية المرية المتوحة في الدبارك، http://www.ao-academy.org/wesima\_articles/library-20060523 456.html

أو تدور في حلقة، إذ ما تلبث أن تسود نظرية ما حتى يظهر وكأن نظرية أخرى حلت محلها.

ويمكن القول أن تظريات الإعلام عاشت مراحل عدة أثرت على مسيرة تطوره مثلت في أزدياد أهتهام الهيئات الحكومية بالدعاية خلال الحربين العالميتين الأولى والثنية، والذي أدى إلى دراسة أساليب التأثير في الرأي العام؛ فضلاً عن قلق المجتمعات الديمقراطية الغربية من أستخدام وسائل الإعلام في السيطرة السياسية ولاسبيا بعد قيام الاتحاد السوفيتي والفاشية والنازية في ايطاليا والمانيا، مما أدى لدراسة بعض العلماء تأثير وسائل الإعلام في السيطرة على المقول وظهور نظرية الرصاصة السحرية؛ كها أسهم الإعلان في دعم الأبحاث في مجال تأثير وسائل الإعلام بسبب أشتداد المدفسة بين الراديو والمنافز والصحافة في هذا المجال؛ وايصاً كان للحملات الإنتخابية دورً مهم في أزدهار البحوث الإعلامية، لاسبيا بعد أن تم توظيف وسائل الإعلام لأستقطاب جماهير الناخبين والناثير في منح أصواتهم!

وم يهمنا التأكيد عليه هنا، في حدود هذه الدراسة، أن أغلب الدراسات والأبحث التي تناولت موضوع الاتصال الجهاهيري أكدت أهمية الوسيلة الاتصالية ودوره المؤثر والرئيسي في عملية الاتصال الجهاهيري.

وبناءً عين ما تقدم بمكن القول، إنه يوجد العديد من النظريات المقسرة لسريان الأبعاد المختلفة للعملية الاتصالية، ولكننا سنكتفي بمناقشة النظريات المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تنعثل في النظريات المرتبطة بقطبي العملية الاتصالية، أي الجمهور والقئم بالاتصال، وذلك ليس إقلالاً من شأن النظريات الإعلامية الأخرى وإنها بنءاً على م تفرضه الضرورات المتعلقة بخصوصية موضوع الدراسة.

# أولاً: نظريات الجمهور :

يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور الذي يستخدم المادة الإعلامية، ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن أستخدام الجمهور لوسائل الإعلام يكون بسبب دوافع نفسية أو إجتماعية، ونورد فيها يأتي أهم هذه النظريات:

#### نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Theory:

تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجياهبري دراسة وظيفية منظمة، وتعد تحولاً من رؤية الجياهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتفاء أفراده لرسائل ومضامين مفضلة وبها يُلبي حاجاتهم النفسية والإجتهاعية عن طريق قنوات المعلومات والترفيه المتاحة؛ وقد أنتشر هذا التوجه الوظيفي في السبعينيات من القرن العشرين عن طريق تكثيف الباحثين لجهودهم حول دراسة رضا الجمهور محولين وضع معاملات الإرتباط الجبري بين طلبات ودوافع الجمهور وبين إستخداماته لوسئل الاتصال؛ إذ قامت هذه النظرية بنقل حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يختارون من الإعلام المضامين والرسائل التي يقضلونها وبها يلبي حاجاتهم النفسية والإجتهاعية، إذ بتم تصنيف هذه النظرية ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام.

ويُعتقد إن الدراسات والبحوث المرتبطة بأنواع الإحتياجات التي يحققها أستخدام وسائل الإعلام، تعود إلى العقد الثالث من القرن العشرين، إذ كانت تتمحور حول الأسباب الكامنة وراء أستخدام الجمهور لوسيلة معينة والبحث عنها؛ وأستمرت تلك الدراسات وزادت أهميتها وخصوصاً عقب إنتهاء ذلك العقد، إذ ظهرت في العقود

<sup>1</sup> حس عهاد مكاوي وليل حسين السيد، مصدر سابق، س239.

<sup>2</sup> مصير طيره مصدر سابق، ص30

<sup>3</sup> حسى عادمكاري رئيل حسير السيت مصدر سابق، ص240.

اللاحقة دراسات عديدة لباحثين من أمثال (لازرسفيلد، ستاتون، بيرلسون، شرام، كوبي، باركر وآخرين) والتي تم عن طريقها إدراك الكثير من المفاهيم والمدلالات المؤكدة على أن مهور الوسيلة الاتصالية هم نقطة البدء لاسيها أن هذه الدراسات حاولت إخبارنا عن السلوك الاتصلي للجمهور فيها يتعلق بتجربة القرد المباشرة مع وسائل الاتصل ؛ إلا أب رغم ذلك، لر تكن قادرة على بلوغ تحديد الإشباعات الموضحة لها، وذلك لضبية العلاقة بين ما بلغوه من إشباعات وبين جذور الضرورات التي يتم إشباعها إجتماعياً ونفسياً وعدم إدراكها، إضافة إلى عدم وصولهم إلى كشف طبيعة الإرتباط بين مختلف وظائف الاتصال الجهاهيري الناتجة من تحديد البنية الإهالية لإشباعات الوسائل الاتصالية!

وقد وجد (دينيس مكويز) في إستعادته للعديد من الدراسات أن هناك قدراً من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيها يتعلق بطبيعة ومستريات التعرض والإشباع، إذ انتهت أغلب الدراسات إلى أن الرضا والإشباع في أستخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد فيها تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الإجتهاعية والنفسية للأفراد مثل أكتسب المعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، والإستعداد المسبق للهروب إلى عالر الخيال، ودعم السلوك، وزيادة تقدير الذات، والتفاعل الإجتهاعي.".

وبللك ووفقاً غذه النظرية يكون الجمهور عنصراً أساسياً في العملية الاتصالية، إذ يقوم المتلقي بأستمرار بإختيار الرسائل الإعلامية من بين فيض الرسائل الكثيرة التي يريد هو نفسه أن يتلقاه، ويشكل التعرض لوسائل الإعلام جانباً من بدائل وظيفية لإشباع الحدجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء وقت الفراغ لدى الإنسان؟ ويفترض هذا المدخل أن إشباع الحاجات يتم عن طريق التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة

<sup>1</sup> صالح حبير أبر أصبح، الانتصال والإعلام في للجنسات للعاصرة، مصدر سابق، ص140

<sup>2</sup> ديسيس مكوين، الإعلام وتأثيراته (دراسات في ساء النظرية الإعلامية)، ت: عثياد العربي، بلا، 1992، ص111.

<sup>3</sup> محمد عبد المحمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 62-63.

وليس التعرض لأي وسيلة إعلامية فضلاً عن السياق الإجتهاعي الذي تستخدم فيه الوسيلة! لذا وبناءً على ما تقدم يتبين، أن الجمهور الإيجابي هو الناتج الواقعي للمعادلة الإرتباطية بين أنهاط محددة من مضامين اتصالية والضرورات النوعية لعنات مجتمعية محددة، أي أن "ما يُطلَب" من الوسائل الاتصالية هو المصدر الأساس لتشكّل الجمهور والتعبير عنه، ولذلك تعد هذه النظرية من أهم النظريات الملائمة والقدرة والقابلة للبحوث التجريبية والقياس وتفسير الإجراءات التشكيلية للجمهورا.

وتعتمد نظرية (الإستخدامات والإشباعات) على خمسة فروض أنفق عليها أغلب الباحثين وتتمثل هذه الفروض بها يأتي:

- إن أستخدام وسائل الاتصال الجهاهيري هو تعبير عن الحاجات التي يدركها أعضاء
   الجمهور، وفقاً لضوابط نابعة من الخصائص الديمغرافية والبنيوية والإجتهاعية.
- يملك أفراد الجمهور قدرة كافية على تشخيص دوافعهم أو أحتيجتهم، ولديهم القدرة على إختيار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من أستخدامات الجمهور لوسائل
   الاتصال وليس من محتوئ الرسائل فقط<sup>3</sup>.
- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون
   وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تليي توقعاتهم.

<sup>1</sup> غاطف مثل العند مصدر سأبق ص202

<sup>2</sup> ديپس مكريق المسلم السابق ص111

<sup>3</sup> حس مادمكاري وليل حسين السبل مصدر سابق ص1241.

<sup>4</sup> عمد مبر حجاب الوسوعة الإعلانية ؛ المجلد الثالث : مصدر سابق، ص2527.

5. المبادرة في ربط إشباع الحاجات بإختيار الوسيلة المناسبة إنها يخضع للمتلقي ذاته في عملية الاتصال الحهاهيري؛ بمعنئ عدم الإعتراف بأية علاقة خطية بين الاتصال والإتجاهات والسلوك أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل الوسائل بالجمهور.

ومن حيث مكونات وعناصر هذه النظرية فهي شديدة التشابك، إذ يصعب الفصل فيها بينها عملياً والتي تتمثل فيها يأتي":

- الفروق الفردية، إذ يتباين الناس في إدراكهم للرسالة نفسها كها يتباينون في طبيعة الفروق الفردية، إذ يتباين الناس في إدراكهم للرسالة نفسها كها يتباينون في طبيعة إستجابتهم لها؛ ويرئ (بلومر) أن هذا المكون يدل على أهمية دور الدوافع الأساسية والعمليات الإنتقائية والتحرك الذوقي وحبوبة الأهتهامات التي تبرزه حالات التعرض لوسائل الاتصال عند الجمهورا.
- 2) الأصول الإجتماعية والنفسية لأستخدامات وسائل الإعلام: لا يمكن إغفال الطبيعة الإجتماعية لجمهور المتلقين في الإختيار والتعرض لوسائل الإعلام ودوافع أستخدام هذه الوسائل ومضامينها، كما لا يمكن إغفال السمات الفردية أو السمات النفسية للجمهور؛ فأفراد الجمهور يتعاملون مع وسائل الإعلام بإعتبارهم أعضاء في جماعات إجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة وبذلك هم ليسوا أفراداً معزولين عن واقعهم الإجتماعي.
- 3) دوافع تعرض الجمهور لوماثل الإعلام: يستجيب المتلقي للرمالة الإعلامية ويكون
   مؤيداً له إذا م جاءت مُلية لحاجاته ودوافعه؛ ويرئ (بابرو) ضرورة ربط دوافع تعرض

<sup>1</sup> مسالح خنيل أبر أصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات للعاصرة، مصدر سابق، ص142

<sup>2</sup> حسن عهاد مكاري وليل حسين السيد، المصدر السابق، ص234-249

<sup>3</sup> منعين ل حيمتم وسامدوا مول. ووكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ت: كيال عبد الرؤوف، الدار الدولية للمشر والتوريع، القاهرة، 1999، مس266

<sup>4</sup> عمد عند الحميات دراسة الجمهور في سعوت الإعلام، مصدر سابي، ص55

الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية وذلك على أساس أن خبرات الجمهور مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية، وبذلك يكون تعرض الجمهور لوسائل الإعلام من أجل هدف يسعى إليه، ويمكن أن يكون التعرض بدون دافع فقط في حالة إذا كان بحكم التعود.

- 4) توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: تنتج التوقعات عن دواقع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والإجتماعية، وتعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام.
- 5) التعرض لوسائل الإعلام: هناك ترابط قوي بين العمليات البحثية عن الإشباعات من جهة والعمليات التعرضية لموسائل الاتصال من جهة أخرى، أي كلما كبر حجم التعرض لئلك الوسائل من قبل الجمهور، زاد نشاطه ومقدرته الإنتقائية للمعرف الملبية لإحتياجاته.
- 6) إشباعات وسائل الإعلام: وففاً لمذه النظرية يوصف أفراد الجمهور بإعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية وإجتهاعية لأستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خوصة يطلق عليها (الإشباعات)، وهنا يميز (لورانس وينر) بين توعين أساسيين من الإشباعات هما:
- إشباعات المحتوى: ويقصد بها الإشباعات الناتجة عن عمليات التلقي لمحتويات وسائل الاتصال والتي تتجمد في نوعين من الإشباعات، أولها: (الإشباعات الإرشادية) المتمثلة في مراقبة البيئة وجمع البيانات، والثاني: (الإشباعات الإجتهاعية) المتمثلة في ربط ما جمعه المتلقي من بيانات بشبكة علاقاته الإجتهاعية.
- إشبعت عملية الاتصال: وهي الإشباعات الناتجة عن العمليات النفاعلية بين
   المتلقي وعملية الاتصال نفسها، وذلك عن طريق التفاعل مع إحدى الوسائل

<sup>1</sup> حس عاد مكاوي وليل حسين السيدة مصدر سابق، ص. 249.

الاتصالية، دون التأثر بها تحتويها رسائلها، وهي على نوعين، أولهما: (إنساعات شبه إرشادية) تتمثل في تخفيف الشعور بالقلق وحماية الذات، وثانيهها: (إشباعات شبه إجتهاعية) تتمثل في توحد المتلقي مع شخصيات الوسائل الاتصالية، إذ تزداد بإزدياد الشعور بالوحدة، فضلاً عن ضعف علاقاته الإجتهاعية.

وقد تعرضت هذه النظرية إلى إنتقادات عديدة تمثلت في:

- ان مفهوم الأستخدامات والإشباعات لا يُشكل نظرية مستقلة، وإنها هو إعدة صياغة مختصرة لبعض أوجه نظريات التأثير الإنتقائي.
- أب لر تنتج منذ ظهورها سوئ قوائم طويلة من الحاجات والإشباعات المستمدة من الاستهارات، وقد عجزت عن إعطاء تفسير منتظم يذهب إلى أبعد من ذلك.
- إنه صياغة مبسطة لنظرية الفروق الفردية المرتكزة على عامل البنية المعرفية، نظراً لتأثيرات العوامل الإجتماعية والنفسية الفعالة في بروز الحاجات وكيفية إشباعها.
- بعد مقربة نفسية حدية شبالغ فيها، فهي تلغي إحتمالات التواصل مع تفسيرات أخرئ.
- تشروح بأستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم وبين تطوعيته التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- 6. تفترض أن السلوك تجاه الوسيلة يعتمد على الإختيار الواعي أو العقلاني، إلا أن اللاحظ عادة أن عادات الأستخدام هي الموجهة له.

وعلى الرغم من الإنتقادات الموجهة إليها، إلا أنها لا تقلل من أهمية كون مدخلاً مؤثراً لتفسير الدوافع وإدراك حاجات المتلقي، فضلاً عن أنها من أكثر النظريات تجريباً وتوظيفاً في التجمعات البشرية الشرقية من قِبل دارسيها.

<sup>1</sup> فريال مهاء مصدر سأبقء ص156

<sup>2</sup> فعيل باير ومصفر سابن، ص31-32.

# 💠 نظرية التبعية (الإعتباد على وسائل الاتصال) Dependency Theory:

تقوم هذه النظرية على فرضية مفادها أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة ويفترض تفاعلاً بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي والمجتمع وشاع مفهوم التبعية لوسائل الاتصال أو الإعتباد عليها، في العقد السابع من القرن العشرين، وذلك عن طريق جهود (Defluer) و (Ball.Rokech) لمعالجة الإهمال الذي أصابته الوسائل الاتصالية من حيث تأثيرها، خصوصاً من قبل نظرية الأستخدامات والإشباعات التي ركزت على المتلقي ودوافعه الأستخدامية لها وفقاً لمنهج التحليل الإجتهاعي، إذ أفترحا إرتباطاً إندماجياً ثلاثياً جامعاً للجمهور ووسائل الاتصال والنظام الإجتهاعي، والذي أصبح بداية لولادة تلك النظرية التي قل عنها (بول روكيتش) إنها إحدى النظريات الاتصالية النادرة الإدراك التأثيرات الاتصالية وإستمالاتها، نظراً لشموليتها ودقتها، إذ إنها تسعن إلى المكشف عن الدوافع التي تجعل تأثيرات وسائل الاتصال قوية ومباشرة تارة، وضعيفة وغير مباشرة تارة أخرى!.

ويبرد (ديفلور وبول روكيتش) سبب تبنيهم لنظرية الإعتهاد على وسائل الاتصال إلى أن نظريات وسائل الاتصال المعاصرة تتوجه إلى المستوى الصغير (الفرد) ولا تُركز على المستوى الكبير (المجتمع)؛ والنقطة المهمة في هذه النظرية تتمثل في أن وسائل الإعلام ستؤثر في الدس إلى الدرجة التي فيها يعتملون على معلومات تلك الوسائل؛ وتعد هذه النظرية بالأساس مقاربة سوسيولوجية تحاول أن تحدد أي من الشروط يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجهاهيري وماهي الأصباب التي تجعل لهذه الوسائل تأثيرات غير

<sup>1</sup> صالح عليد أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مصادر سأبق، ص162.

<sup>2</sup> ملمين ل ديمدير وساندرا بول. روكيتش، مصدر سابق، س 413-423.

<sup>3</sup> صالح خليق لو أصبح الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة الصدر السبق ص 163.

مباشرة وضعيفة تسبياً؛ إذ يُبرز مُنظّروها العلاقة المتزايدة المتباطة بين نظام الوسائل وأنظمة إحتماعية أخرى والجمهور في إطار تركيب عضوي ؛ إذ إنها تعد أساساً (نظرية بيئية) لكومها من النظريات التي تعتبر المجتمع تركيباً عضوياً، وكها يوحي أسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الإعتهاد بين وسائل الإعلام والنظام الإجتماعي والجمهور؛ ولاسيها أن الهدف الرئيسي لهذه النظرية يتمثل في الكشف عن الأسبب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما.

وتقوم هذه النظرية على علاقة إعتيادية بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي مع أحد أجزائها مثل الصحافة أو الإذاعة أو التلفزة وتأسيطر منظومة وسائل الإعلام كمنظومة للمعلومات على ثلاثة أنواع من مصدر المعلومات وهي:

- ا. جمع أو إبجاد المعلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية نحتاج إلى معرفتها تتيح لنا هدف المرح أو الإسترخاء.
  - 2. تنسيق المعلومات غير المنقحة التي يتم جمعها بشكل مناسب وبها يُسهل من تلقيها.
    - نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور كبير وغير محدود.

ويرصد مؤسسا هذه النظرية مجموعة من التأثيرات التي تنتج عن إعتياد الأفراد على وسائل الإعلام وتهدف إلى إحداث مجموعة من التأثيرات المحتملة على المتلقي إفرازاً لإعتباده على وسائل الاتصال، وتتمثل هذه التأثيرات فيها يأتي:

<sup>1</sup> بخير طير، المسلم السأس، ص35.

<sup>2</sup> حس عادمكاري وليل حسين السيك مصدر سابق، ص414

<sup>3</sup> صالح حديد أبر أصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات الماصرة، مصدر سابق، ص164.

<sup>4</sup> حس عهادمكاوي وليل حسين السيدة المعدر السابقة ص326-329.

- التأثير المعرفي: وتشتمل على كشف الغموض، تشكيل الإتجاهات، ترتبب أولويات
   الأهتمام، إتساع المعتقدات والقيم.
- التأثير العاطفي (الوجداني): وهي التأثيرات المرتبطة بالمشاعر والعواطف لدى المتلقي
   والتي يتم تحديدها في الفتور العاطفي أو اللامبالاة، الحوف والقلق، الدعم المعنوي
   والإغتراب.
- التأثير السلوكي: ويقصد به التأثيرات التي تحدث في أطر المتلقي السلوكية، المتمثلة في سلوكين أساسيين هما (التنشيط والحمول).

والجدير بالذكر هنا، أن علاقة النبعية هذه ليست ذات إتجاه واحد، قدرجة المعادلة لا تتعلق فقط بتبعية الآخرين لمصادر الإعلام للوصول إلى أهدافهم، وإنها أيضاً بتبعية النظام الإعلامي لمصادر يهيمن عليها آخرون.

#### نظرية دوامة الصبت Spiral of Silence:

وهي مقربة تهتم بتحليل دور وسائل الاتصال في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل وخاصة فيها يتعلق بأثر الحملات السياسية على السلوك الإنتخابي وتعرف بأسم دوامة الصمت؛ إذ قدمت صاحبتها (إليزابيث نويل نيومان) عام 1974 فرضية تقول فيها: "إن أغلبية الأفراد خوفاً من أن يصبحوا غير شعبيين بجاولون تمثّل آراء الآخرين وإتباع رأي الأغلبية الذي عادة ما يكون متسقاً مع الأفكار الذي تدعمها وسائل الإعلام، وخصوصاً التلفاز"، وتعد هذه النظرية واحدة من النظريات الذي تؤكد قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وهي تهتم برصد آثار هذه الوسائل على المجتمع، وتتمثل الفرضية الأساسية لمنظرية في "أن معظم الناس تخاف العزلة الإجتماعية، ولملك فهم يعبرون عن آرائهم ويحاولون أن يُجاروا ويتبعوا رأي الأغلبية"، وقد أوردت (نيومان)

الأدلة والبراهين العلمية على النظرية عن طريق دراستها الألمانيا الغربية في عقدي الستيبات والسبعينيات.

ونظراً لأن عدداً كبيراً من الناس يعتقد أن الجانب الذي تؤيده وسدل الإعلام يُعبر عن الإنجاه السائد في المجتمع فإن الرأي الذي تتيناه وسائل الإعلام يظل يقوى وربها يسبب ضغوطاً أكبر على الأفراد المخالفين لهذا الرأي، والذين يلجأون غلباً إلى تفضيل الصمت بحثاً عن التوافق الإجتهاعي، وهكذا نحصل على أثر لولبي يزداد ميلاً تجاء الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور؛ أي بمعنى آخر أن تعزيز وسائل الإعلام لوجهات نظر معينة تعكس الإتجاه السائد الذي يؤدي إلى تقليص الآراء التي تتبناها الأقلية ومن ثم فأن لحذه الوسائل دور بارز في تكوين الرأي العام الأنها تعد أهم المصادر المرحمية الإعلام الجمهور وفلك عن طريق ثلاثة متغيرات أساسية مؤثرة تتمثل في:

- التأثير التراكمي عن طريق تكرار الرسائل.
  - 2) شمولية سيطرتها على المحيط الإعلامي.
- التجانس الاتصالي بين القائمين على الوسائل.

وتكمن قوة تأثير هذه العوامل مجتمعة على الرأي العام في قدرته على التقليل من فرصة الجمهور المتلقي في أن يكون له رأي مستقل عن القضايا المُثارة، وفي تحييد الأفراد المعارضين لإتجاهها والذين غالباً ما يتخذون موقف الصمت خوفاً من الإضطهاد أو العزلة، وهكذا نتواصل قوة الآراء السائدة في شكل تصاعدي لولبي.

<sup>1</sup> ديسن مكويل، مصدر سايق، ص192.

<sup>2</sup> حسن عهدمكاري وليل حسين السيله مصدر سلبي، ص282.

<sup>3</sup> دفسال دېريا مصادر سابق؛ حي38.

وبللك فأن هذا المفهوم يولي أهتهاماً لمسألة أن الإنسان يُراقب بيئته الإجتهاعية المحيطة وينتبه لطريقة تفكير من هم حوله ومن يُلركون مسارات تغيّير الآراء، أي أن الإنسان يسجل تلك الآراء التي تكتسح المحيط الإجتهاعي وتصبح مهيمنة، ثم يتبناها ويُعبِّر عنها بشكل علني إنسجاماً مع الرأي السائد في مرحلة زمنية معينة.

وقد واجهت هذه النظرية بعض الإنتقادات خاصة من الباحثين الأمريكيين والتي يمكن إجمالها فيها يأتي:

- لا تعبر وسائل الإعلام بالضرورة عن رأي الأغلبية بل تعكس أحياناً رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.
- 2. من الصعب تفسير عملية تكوين الرأي العام بمعزل عن دور المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن البيئة السياسية والإجتهاعية المحيطة وخصوصاً في القضايا المهمة التي تتصل بمصائر الشعوب.
- 3. تفترض النظرية من ضمن أطروحاتها أن للتلفاز قدرة على إسقاط الإدراك الحسي الإنتقائي، وبقدر قوة تلك الفرضية بقدر ماهي موضع نقاش، إذ لا توجد علاقة إنسانية مع الاتصال الجهاهيري بدون عمليات إنتقاء صارمة.
- 4. قلة صدقها الإمبريقي، إذ أثبت بعض الدراسات الميدانية أن مفهوم الأقلية الصحة غير دقيق ولا يمكن تعميمه، فبعض هذه الأقليات يرفض الصحت بل قد يكون صخباً ومؤثراً، كما قد يصمت بعضها الآخر لعدم إلمامه بالموضوع وليس بدافع الخوف.

<sup>1</sup> بريال مهاء مصدر سابق، ص295.

<sup>2</sup> حسن عهاد مكاوى ولميل حسين السيده مصدر سابق، من 283-284.

<sup>3</sup> فريال مهنا، مصدر سابق، مر 298

5. يُشكك بعض الباحثين في إفتراض إتساق وتكرار المضامين لوسائل الإعلام ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنئ إتجاهاً واحداً وثابتاً من القضايا المشارة لفترة زمنية طويلة.

وأثارت هذه النظرية ضجة في الأوساط الإعلامية العلمية، لكونها سجلت في التريخ الرسمي للبحث الإعلامي بداية ردة الفعل على هيمنة صيغ التأثيرات المحدودة؛ وقد أقرت (اليزابيث نيومان) بعض الإنتقادات السابقة، وأشارت إلى أن هذه النظرية ما زالت في حاجة إلى التحقق من صحتها عن طريق إجراء المزيد من البحوث في بيئات مختلفة.

بالنتيجة وبناءً على ما تقدم، فأن بعض المنظرين في علم الإعلام والاتصال الجههيري والرأي العام يرفضون إعتبار ما قدمته (نيومان) نظرية، بل أنموذج من النهاذج المقدمة في علم الاتصال لتفسير تأثير قوة وسائل الإعلام على الجمهور وعلى الفرد؛ بينه أعتبرها بعض علماء الإجتماع وحتى علماء النفس الإجتماعي واحدة من الطروحات الديمقراطية المهمة في فهم الخطاب العام للمجتمع.

1 مصیل طبوره مصفو ساین، سے39 2 برخان شاری، مصفورسایق، سے206۔

## ثانياً: نظريات القائم بالاتصال:

تُصف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، والتي تقوم على أساس إحداث التأثيرات المختلفة في أفكار وآراء متلقي الرسالة الاتصالية وفقاً لم يراه المصدر أو القائم بالاتصال مناسباً؛ ومن هذه النظريات ما يأتي:

#### • نظرية الرصاصة السحرية Magic Bullet:

سادت خلال العقود الأولى من القرن العشرين نظرة ترئ أن لموسائل الاتصال الجماهيري نفوذا وقدرة على إحداث التأثير بصورة مباشرة، على أساس أن الرسالة الاتصالية تُشكل عنصراً قوياً في ذلك التأثير وكان إرسال الرسائل هو العملية الاتصالية في مجمله، وقد أُطلِق على هذا الإتجاه في الاتصال مدخل محقنة الإبرة وسميت بنظرية الرصاصة السحرية أو إنموذج الحقنة تحت الجلد ( The Hypodermic Needdle ).

Mode

وتؤكد هذه النظرية مسألة أن الأفراد معزولون، مجهولون، منفصلون ويعبشون في المجتمع كذرات وحيدة؛ وبذلك يعد المفهوم الفرّي لجمهور الإعلام الجياهيري هو جوهر هذه النظرية؛ إذ بعد أنتهاء الحرب العالمية الأولى، ظهر إعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال الجياهيري وبرز الإعتقاد بأن وسائل الإعلام قادرة على تكوين الرأي العام وتخير الجياهير لرأيها إلى أي وجهة نظر يرضب القائم بالاتصال في نقلها.

وقد بُنيت الدراسات الأولى لوسائل الإعلام على أساس النظرية القائلة بأن تأثيرات ومائل الإعلام على حياتنا مباشرة وفورية وتم تشييه تأثير وسائل الإعلام بحقنة في عروق الجمهور، وهي حقنة ضارة في معظم الأحيان ومفيدة في بعضها ؟ وكال للدعاية

<sup>1</sup> عبد هاشم نعاشمي، تكولوجيا وسائل الاتصال الجهاميري، مصادر سابق، ص78.

<sup>2</sup> حسر- عباد مكاوي وليل حسين السيله مصدر سابي، ص221

<sup>3</sup> بيسل ديوه مصادر سأبق، ص29.

النازية دورها في تأكيد هذه النظرية بعد إحساس الألمان بهزيمتهم من قبل الحلفاء، كما أن تأسيس معهد لتحليل الدعاية عام 1937 في الولايات المتحدة الأمريكية كان رد فعل للإحساس بخطر الدعاية وتعزيزاً لأهمية هذه النظرية.

من هنا ومع إقتراب الحرب العالمية الثانية، إعتمدت العديد من البحوث الاتصالية الفكرة التي تعتقد بالتأثير القوي لوسائل الاتصال على أساليب تفكير الناس وسلوكهم، إذ تصاهي فيه المواد الاتصالية (الطلقة السحرية) في تأثيرها ووصولها الفوري إلى الهدف أو عقل المتلقي؛ وظهر ذلك في بحوث ودراسات عديدة لـ (هارولد لاسويل وكانترل والبورت)، ومن العوامل المباشرة التي أسهمت في تعزيز هذه النظرية ما خلفة البرناميج الإذاعي (غزو من المريخ) عام 1938 والذي تم تقديمه عن طريق إذاعة CBS الأمريكية، من هلع وخوف عند العديد من المستمعين الأمريكيين نظراً لإنهم ظنوه حقيقياً.

وتستند هذه النظرية إلى صياغات نفسية متأثرة بسيكولوجية الغرائز الحاضعة بدورها للتأثير الفكري لـ(داروين) التي بلغت أوجها حينئذ، والتي تتمثل في أن سلوك كل فرد ناجم عن آليات بيولوجية وراثية معقدة مؤدية إلى تساوي البُنى الأساسية جوهرياً لفرد وآخر، أي أن الناس جميعاً يرثون تركيبة بماثلة من الآليات البيولوجية الطبيعية الفادرة على تزويدهم بالدوافع والطاقة ليستجيبوا لمثيرات معينة بأساليب معينة وهي آليات ذات طبعة إنفعائية وغير عقلانية ؟ وعلى هذا الأساس فإن هذه النظرية قائمة على قرضيتين أساسيين هها:

<sup>1</sup> مالح حديد أبو أصبح الاتصال والإعلام في للجنمات للعاصرة، مصفر سلبق، ص125

<sup>2</sup> أرد، دم سيلار وميشيك ماتبلار، خريات الانصال، ت: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، ممشق، 2003، س.39

<sup>3</sup> تريال مهاءمه در سابق، ص141.

<sup>4</sup> حسى عهدمكاري وليل حسين السيده معمدر سابق، ص222.

- يستقبل الناس الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس عن طريق وسائل أخرى.
- تكون الإستجابة للرسائل الاتصالية فردياً، دون الإعتبار للتأثير ات المحتملة للآخرين
   من الأشخاص.

ويعكس فلك وجهة النظر التي كانت سائلة آنذاك والتي تنظر إلى جمهير وسائل الإعلام على أنهم مكونون من كائنات سلبية يمكن التأثير فيهم تأثيراً مباشراً بواسطة وسائل الإعلام؛ وكانت النظرية تعتمد تماماً على النظريات العامة في مجال علم الإجتماع وعلم النفس وفقاً لنطورها حتى ذلك الوقت، إذ إن هذه النظرية ليست نموذجاً للعملية الاتصالية بقدر ما هي نظرية للفعل صاغتها مفاهيم السيكولوجية السلوكية هدفها دراسة السلوك الإنساني بذات المنهجيات المرتبطة بالنجرية والملاحظة.

وقد اهتزت هذه النظرية أمام نتائج الدراسات الميدانية التي أعقبت معارضة الصحافة الأمريكية للرئيس الأمريكي (روزفلت) بشكل كبير، ورغم ذلك نجح في إنتخابات عام 1940 وبدت هذه النظرية غير قادرة على تفسير أسباب إستجابة الناس بالطريقة التي تحت إزاء الرسائل التي وصلتهم من وسائل الإعلام؟ وبقلك أصبحت هذه النظرية تفقد شرعيتها الواقعية وقدرتها على الصمود تدريجياً، وخصوصاً في أربعينيات القرن العشرين، إذ إهتزت أمام البحوث الميدانية المرتبطة بها آنذاك، والتي أكدت عن الموثرات المسمة المعقدة للعمليات الاتصالية وضبابيتها عموماً، والخاضعة للعديد من المؤثرات المتنوعة المتحكمة في فعالية المادة الاتصالية، فإذا نجح بعض منها بفعل شخصية مُرسِلها، فليس من الضروري أن ينجح غيرها، أي أن التأثيرات الاتصالية عملية نسبية ولا يمكن فليس من الفروري أن ينجح غيرها، أي أن التأثيرات الاتصالية عملية نسبية ولا يمكن أن تنميز بالقوة والإمكانية التي إفترضتها هذه النظرية، ذلك ما أيدته العديد من

<sup>1</sup> فريال مهاه معدر ساين، ص140 141.

<sup>2</sup> عاطب عبلي العبدة مصفر سابق، من 199.

<sup>3</sup> صالح خليل أبو أصبح الانصال والإعلام في للحمعات العاصرة المعدر سابق ص125.

الملاحضات التي أبداها العديد من متخصصي الانصال والتي أيدها القائمون بالاتصالات والإعلادات، إذ أقر الكثير من ذوي الخبرة بضعف قوتهم التأثيرية تجاه الآخرين مقارنة بها إفترضه الباحثون الأوائل، وأعلن عدد من متصلي الإعلانات بعدم إستفادتهم من الحملات الدعائبة في تفادي الحسائر التي مُنيت بها بضائعهم الجديدة، فضلاً عن فشل المرشحين الذين واكبتهم الحملات الدعائبة الضخمة.

وقد أدئ بروز حدثين في بدايات القرن العشرين، إلى النخلي عن فكرة أن التعرض للإعلام الجهاهيري ينتج تأثيرات فورية ومتساوية ومباشرة على الجمهور؛ تمثل الحدث الأول في بدء الأبحاث الإمبيريقية على نطاق واسع وظهور نتائج تتعارض مع نظرية الرصاصة السحرية، والحدث الثاني تمثل في توصل علياء الإجتهاع وعلم النفس إلى نتائج جديدة تماماً حول الحصائص الشخصية والإجتهاعية للإنسان؛ ومع تراكم الأبحاث الميدانية المعقدة والنتائج المؤكدة أصبح جلياً أن نطرية الرصاصة السحرية لا تجدصدي لها أواقع.

## • نظرية الغرس (الإنهام) الثقاق Cultivation Theory:

ظهرت نظرية الغرس الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينيات من القرن العشرين كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام؛ وبدأ هذه النظرية الباحث الأمريكي (جربنر) ومساعدوه (Signorielli ، Morgan ، Gross) عن طريق مشروعه الحاص بالمؤشرات الثقافية الذي أهتم بأثبات تأثيرات وسائل الاتصال على البيئة الثقافية، عبر معالجة ثلاث قضايا متداخلة هي:

دراسة الهياكل والعمليات التي تؤثر في إنتاج الرسائل الإعلامية.

<sup>1</sup> عصام سبيان المرسي، المدخل في الانتصال الجهاميري، ط5، مصدر سابق، ص149

<sup>2</sup> مريال مهاء المصلر السابق، ص 146.

<sup>3</sup> نمير دليو، مصدر ماني، ص33.

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجهاهيرية على إدراك الجمهور للواقع الإجتهاعي.

وتنص هذه النظرية على "أن مداومة التعرض للتلفاز (ولفترات طويلة ومنتطمة) تُممّي لدى المشاهد إعتقاداً بأن العالر الذي يراه على شاشة التلفاز إنها هو صورة من العالر الواقعي الذي يجياه".

وقد ظهرت هذه النظرية، والتي تُسمئ أحياناً بالنظارية التنقيف)، نتيجة لقلق وأهتيام الرأي العام الأمريكي المتنامي حيال تأثيرات العنف النلفازي في العقدين السدس والسبع من القرن العشرين، فضلاً عن مبادرات الحكومة الأمريكية المتمثلة في قرارين متداليين لرئيسها ومجلسها (الكونغرس) الرامية إلى دراسة الموضوع وتفسيره، أولهما من الرئيس (جونسون)، إذ قرر تشكيل لجمة للبحث عن مُسببات العنف التلفازي وكيفية الوقية والشخلص منه بشكل مُفصل، أما الذاني فكان من الكونغرس، والذي عُرف لاحقاً بتقرير (الجراح الشامل) الذي دعا إلى دراسة مستفيضة وموسعة عن تلك القضية الحساسة؛ لاسيها أن هذه النظرية تؤكد في مُجملها إمكانية بمارسة التأثير في آراء الناس وخصوصاً فيها يتعلق بالتلفازي ومربتر) بوضع نظام قياس أطلق عليه (فارق الغرس)، تسير إجابات العينة فيه ضمن إتجاه إجباري ونجم عنه تصنيف للردود وفقاً للواقع تسير إجابات العينة فيه ضمن إتجاه إجباري ونجم عنه تصنيف للردود وفقاً للواقع التلفازي وليس إجابات مستمدة من الواقع الملموس، وقد تبين أن نسبة مرتفعة من الجنبات العينة كانت تلفازية وإن عدماً قليلاً من أفراد العينة قدم إجابات من الواقع المحقيقي وليس من الواقع التلفازي وتستند هذه النظرية على فروض هي:

<sup>1</sup> جيهان رشتي؛ الأسنى العلمية ليظريات الإهلام، مصفر سابي، ص155 -159.

<sup>2</sup> ملقين ل ديقلم وساندرا يول دو كيتلي، مستو سابق، من 363.

<sup>3</sup> فريال مهناه مصفر سابق، 265-266.

- يعد التلفاز وسيلة فريدة للإنهاء بالمقارنة مع وسائل الإعلام الجهاهيري الأخرى.
  - 2- تُكوّن رسائل التلفاز نظاماً ثقافياً متهاسكاً يعبر عن الإتجاء السائد.
    - 3 تحليل رسائل التلفاز يقدم علامات لعملية الإنهاء.
  - 4 يُركز تحليل الإنهاء على إسهام التلقاز في نقل الصور الذهنية على المدئ البعيد.
    - 5 يُركز تحليل الإنهاء على تدعيم إستقرار المجتمع وتجانسه.

وم يُلاحظ على هذه النظرية أنها تُركز في العلاقة بين مضامين الاتصال وم يحدثه من تأثيرات، إذ يؤكد (جربنر وزملاؤه) تأثيرات الاتصال التدريجية، وخصوصاً التلفز، في تشكيل الرأي العام وذلك عن طريق العمليات الغرسية للمواقف والميول والآراء في ذهن المتلقي، أي غرس الصورة المقترحة للمتلقي في ذهن المتلقي ذاته، والتي أُشتُقت منه تسميات عديدة لأعهالهم، منها (نظرية المؤثرات الثقافية، الغرس، التثقيف، الإنهاء)، وهم يعتقدون أنّ العالم التلفازي ماهو إلا عالم مخترع ووهمي، لا تكاد تكون له أدنئ علاقة بطياة الحقيقية؛ وكان هدفهم من تلك الدراسات هو الكشف عن مُحددات الحياة العمة وتصورات ومشاكلها، فضلاً عن معالجة الموجودات المهمة والسليمة من جهة، وكيفية تفعل الأشياء (الإنتباء، التركيز، الإتجاه والبنية) من جهة أُخرى:، وهذا أكدوا دراسة تفعل الأشياء (الإنتباء، التركيز، الإتجاه والبنية) من جهة أُخرى:، وهذا أكدوا دراسة القضايا المتشابكة الآتية:

- أ. الهياكن والضغوط والعمليات المؤثرة في إنتاج الرسائل الإعلامية.
  - ب. الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- ت. الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الإجتماعي.

<sup>1</sup> حس عهاد مكاوي وليل حسين السيامة مصدر سابق، ص304-308.

<sup>2</sup> نغير عليره مصدر سابق، ص33.

<sup>3</sup> حس عهد مكاري وليل حسين الميدومصدر سابق، ص999

ويمكن القول إنّ عملية الغرس أو الإنهاء الثقاقي هي نعط من أنهاط التعلم العرضي ويمكن القول إنّ عملية الغرس ألنائج عن تراكم التعرض للتلفاز، إذ يتعرف المشاهد بدون وعي على حقائق الواقع الإجتهاعي والخصائص السكانية وتكون هذه الحقائق تدريجيا أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها المشاهد عن العالم الحقيقي ؛ إذ إن الأشخص كثيفي المشاهدة للبراسج التلفازية يختلفون في إدراكهم للواقع الإجتهاعي عن أولتك الاشخاص قليلي المشاهدة للبراسج أو الذين لا يُشاهدون، لأن كثيفي المشاهدة الميكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقله عالم التلفاز؟ ونظرية الغرس الثقافي تُفيد بأن الأفراد كثيفي المشاهدة بأنتظم بميلون يشكل الآراء ويبني المواقف، كذلك المشاهدة المتكررة تخلق ثقافة موحدة للحقيقة والإعتقادات التي توجد عليها الأشياء في العالم.

وقد واجهت نظرية الغرس العديد من الإنتفادات الشديدة والمثيرة للجدل من قبل الباحثين الذين عبروا عن طريقها عن مجموعة من التحفظات إزاءها، والتي منه:

 عدم التحقق النهائي من دقتها ضمن السياقات الإجتماعية لبلدان أخرئ غير الولايات المتحدة الأمريكية.

2. عدم التأكد من النتائج التي وصل إليها (جربنر وزملاؤه)، وهذا يعني أن صيرورة عملية الغرس تتحدد ضمن سياقات تلفازية وثقافية وإجتهاعية مؤطرة بدقة، ولا يجوز تعميمها بشكل غير تمييزي.

<sup>1</sup> Daniel Chandler, Cultivation Theory,

http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/cultiv.html,

<sup>2</sup> حس هاد مكاري وليل حسين السيد، للصدر السابق، ص383

<sup>3</sup> فريال مهاء مصفر سلن، ص 267.

ومها كانت النظرية معقولة فإنه بصعب علينا أن تتعامل بشكل علمي سليم مع عدد كبير وسُركب من العلاقات كتلك التي تقترحها النظرية؟ وعلى الرغم من تلك الإنتقادات المتعددة، تبقى نظرية الغرس الثقافي من أكثر النظريات صلاحية للكشف عن تأثيرات الإعلام غير المباشرة والطويلة المدئ، خصوصاً إذا ما تم تطبيق عدصرها ضمن السباقات التاريخية والقيمية والإقتصادية والإجتماعية التي يعيشها مجتمع البحث، فضلاً عن مراعاة المكونات المختلفة للفروق الفردية والتباين الإجتماعي والعلاقات الإجتماعية.

وبما تجدر الإشارة إليه، أننا تتعرض لوسائل الاتصال يومياً وتتساءل عن تأثيرها فيئا وفي الآخرين، ولذا كانت نظريات التأثير عوناً لفهم دور وسائل الاتصال الجهاهيري وتأثيره في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد يكون هناك أستغراب لتعدد هذه النظريات وإختلافه وقد تبدو في بعض الأحيان وكأن بعضها ينقض البعض الآخر، ولعل السبب في هذه الرؤئ المختلفة يعود إلى عدة أسباب تتمثل في:

- 1. إختلاف طرق وأدوات البحث المستخدمة في الدراسة.
- إختلاف تخصصات الباحثين المنظرين في مجال الإعلام، مما أدى إلى إنعكاس خبراتهم وأهتهامتهم على الزوايا التي ينظرون منها نحو الظواهر الاتصالية المختلفة التي يركزون فيها.
- 3. إن تركيز الباحثين على جوانب محددة في دراسة بعض الظواهر الاتصالية، جعلهم يهملون مجموعة من المتغيرات ذات التأثير الكبير على فهم دور وسائل الإعلام وتأثيراتها.

خصوصاً أنه يُلاحظ عند أستعراض نظريات تأثير وسائل الاتصال الجهاهيري أنها أجريت في المجتمعات الغربية، وأجراها باحثون غربيون في مجتمعات غربية أو غريبة

<sup>1</sup> ديسس مكوس، معامر سائق، ص198.

<sup>2</sup> فريال مها، المعدر السائل من269

<sup>3</sup> صالح حليز أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجمعات المعاصرة، مصدر سايق، ص177.

عنهم، وبدلك لا يمكننا أن نعمم ما أستخلصوه لأنها تتجاهل جملة من العوامل والمتعبرات في البيئات الأخرى؛ كما إننا في الوقت ذاته لا يمكننا تجاهل تلك النظريات؛ وفي إطر تلك النظريات السابقة والتي انتقينا منها تلك التي لها صلة بالجمهور المتلقي والقائم بالاتصال منها، يمكن القول إن بأمكانها أن تكون فعالة على مستوئ الفرد والجهاعة والمنجتمع إذا أحين أستخدامها في يرتامج أو حملة مدروسة، ذلك أن المجتمع يبدأ من الأفراد، والوصول إلى الأفراد يؤدي إلى الموصول للمجتمع والعكس صحيح؛ ولابد من القول، إن هذه النظريات هي إضاءات على طريق فهم أفضل لعملية الاتصال وفهم آليات التأثير.

# المبحث الثاني نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

#### تمهيد:

تعد نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory في بحوث الاتصال والإعلام من المواضيع المهمة التي تسعئ لسير غور الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري لما لها من أهمية في تحديد الأولويات سواء كان ذلك للجمهور أو لوسائل الإعلام أو لقادة الرأي في مخاطبة بعضهم للبعض الآخر، فضلاً عن ما له من أهمية التأثير في عملية صناعة الرأي العام تجاه القضايا التي تتناوها وسائل الإعلام وخصوصاً القنوات الفضائية لكونها موضوع هذه الدراسة.

فلإعلام من خلال وسائله المختلفة يحدد الأولوبات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وان إدمان الجمهور على أستهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي، يُسهم في أن يصبح كثيرٌ منهم أسيراً لها في تقكيره وقراراته، وهذا يعد أحد أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

## التطور التاريخي للراسات نظرية ترتيب الأولويات:

تشغل دراسات ترتيب الأولويات "علاقة التأثير المتبادل بين أولويات قضايا الإعلام وأولويات قضايا الرأي العام والسياسة العامة" الحيز الأكبر من اهتهام المجتمع الأكديمي العالمي منذ البدايات الأولى لهذه النوعية من الدراسات على يد الباحثين (Maxwell McCombos & Donald Show) في عام 1972، وتحتل دراست ترتيب الأولويات أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية الذي تولي عناية خصة لأهتهادت الرأي العام وتوجهاته كمدخلات في عمليات صنع القرارات ووضع السياسات على المستويات كافة، فيها تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأولويات رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام الأولويات رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام

لتركيز أهتهام الرأي العام حول قضايا بعينها، وكذلك تشتيت أنتباه الرأي العام بشأن قصايا أخرى لا يُرادله التفكير فيها".

وعن طريق دراسات قام بها عدد من علياء الاتصال الجهاهيري أثبتت أن ثمة توافق قوي بين كمية الانتباه الذي يوليه الإعلام الجهاهيري لموضوعات معينة وبين مستوئ إيلاء الجمهور الإعلامي الذي يتعرض لمضامين الإعلام أهمية لهذه الموضوعات، وقد تمت صياغة نظرية بهذا الحصوص إنطلاقاً من خط بحثي بدأه (Lippman & McCombos) وطوره فيها بعد (لأجندة) والتي ترجع أصوله الفكرية والنظرية، إلى الدراسات التي قام بها (الأجندة) والتي ترجع أصوله الفكرية والنظرية، إلى الدراسات التي قام بها (walter Lippman) عن طريق كتبه "الرأي العام" الذي أصدره عام 1922، وذكر فيه "أن الوسائل الاتصالية تدهم وتسعد في بناء الصور الذهنية لدئ الجهاهير، وتكوين الرأي العام، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجهاهير".

ولكن قبل ذلك لابد من القول أنه تم أستخدام مصطلح (ترتيب الأولويات) لأول مرة في مبادين العلوم الرياضية، من قبل العالم الرياضي (Pasch) عام 1882 في كتبه (دروس حول الهندسة الجديدة)، والذي أوضح فيه الشروط الأساسية التي ينبغي أن يتم بموجبها ترتيب أو صياغة الأولويات لكي يكون دقيقاً، إذ لخصها فيها يأتي:

- 1) تحديد الحدود الأساسية للقضايا، وبها هو ضروري لمعرفة حدود القضايا الأخرى.
- 2) تحديد القضايا الأولية التي عن طريقها يتم البرهنة على القضايا المختلفة الأخرى.

<sup>1</sup> سبول الراهم حادث دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرآي العام، مصدر سابق، ص179.

<sup>2</sup> فريال مهناه معملار سابق، ص269 - 270.

<sup>3</sup> حسن عهاد مكنوي وليان حسين السيده مصدر صابق، ص880

- 3) ضرورة كون العلاقات الموجودة بين حدود القضايا الأولية مجرد علاقات منطقية،
   مستقلة عن المعنى المشخص الذي يمكن أن نعطيه للحدود.
- 4) ضرورة أستخدام مضمون تلك العلاقات المنطقية في العمليات الإقناعية تجاه الأخرين.

وقد ظهرت أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات (الأجندة)، أو ما يسمئ بترتيب جدول الأعيال، في مقال للصحفي والبحث (Norton Long) عام 1958، الذي وجد أن الصحافة هي المحرك والعامل الأول في وضع أجندة القضايا المحلية، بأعتبارها تمارس دوراً كبيراً في تحديد ما يتحدث عنه معظم الناس؛ وتم الحديث عنها بشكل أكثر وضوحاً في كتاب (الصحافة والسياسة الحرجية) لمؤلفه (Birnard Cohen) عام 1963، والذي يعد أفضل تصريح حول هذه الوظيفة؛ إذ كتب يقول: "إن الصحافة قد لا تنجع معظم الوقت في التأثير في التأثير في التأثير في الناس ولكنها تؤثر بقوة في تحديد نوعية القضايا التي يهتمون بها".

وفي عام 1972 صدرت دراسة قام بها كل من (McCombs & Show) تعد الأسس النظري لهذه النظرية وأول دراسة أمبيريقية عنها، أجريت بهدف معرفة مدئ تأثير وسائل الإعلام على ترتيب الأولويات لدى الناخيين خلال حملة الرئاسة الأمريكية عام 1968، وأثبتا عن طريقها قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أولويات وأهتهاسات الرأي العم، كها أكدت الدراسة على أن وسائل الإعلام هي المصدر الأول للمعلومات السياسية، وهي التي تستطيع أن تمد المتلقي بالحقائق والمتغيرات السياسية، إذ قام الباحدن

<sup>1</sup> هنس عيد خسء مصفو ماسء ص

<sup>2</sup> صائح حبير أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات للعاصر ته مصدر سابق، ص 144

<sup>3</sup> سيون الراهيم حماده، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، مصدر سايي، ص40

<sup>4</sup> عريرة عبده مصدر سايق مس102

بتحليل مضمون لما قلعه التلفاز والصحف والمجلات من أخبار عن المرشحين والموضوعات التي يناقشونها طوال فترة الإنتخابات وخرجوا بنتيجة من هذا البحث بأن هناك توافقاً كبيراً بين مقدار الأنتباه الذي توليه الصحافة تجاه موضوع معين ومستوئ الأهمية التي يوليها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام، وقد أدئ نجاح الدراسة الأولى إلى قيام كلا الباحثين بإجراء بحث أكبر حول إنتخبات الرئاسة الأمريكية في عام 1972 وقد أكدت نتائج هذه الدراسة ما جاء في الدراسة الأولى!.

وقد تطورت دراسات ترتيب الأولويات فكان الجوهر الذي تضمنته هذه الدراسات هو دور وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بالعديد من القضايا العامة والمهمة وحجم المعلومات عن هذه القضايا التي يتم تزويد الجمهور بها، فلم يعد السؤال الذي تدور حوله هذه الدراسات هو تكوين الرأي أو تغيير الإتجاه فحسب بل أصبح السؤال هو: مدور وسائل الإعلام في شمية معارف معينة عن القضايا العامة؛ أي أن دراسات ترتيب الأولويات لم تعد تنحى فقط منحى التركيز على الإقناع وتغيير الرأي والإتجاه، بل أصبحت وسائل الإعلام تهتم أيضاً وأكثر بدراسة تأثير وسائل الإعلام قي وضع أجندة الجمهورة.

وبناءً على نتائج هذه الدراسات تُبت وجود علاقة وثيقة بين جدول أهتهاسات وسائل الإعلام الإخبارية أو الصحافة بشكل عام في أثناه الحملات الإنتخابية وبين ترتيب أهتهامات الحمهور، فتعرض الجمهور لوسائل الإعلام يدعم قدرته على فهم ومعرفة القضايا المحيطة به ووضع تصورات عن الحلول للمشاكل التي تواجهه؛ وهذا لا يعني أن وسائل الاتصال قد نجحت في إستهالة الأفراد لتغيير رأيهم وتبني وجهة نظر جديدة، لكنه يعني أنها قد نجحت في إستهالة الأفراد لتغيير وأيهم وتبني وجهة نظر جديدة، لكنه يعني أنها قد نجحت في إقناع الناس بأن يعتبروا بعض الموضوعات أكثر أهمية من

<sup>1</sup> مادين ل دينيم وساقدرة يول. روكنتى، مصدر سابق، ص366.

<sup>2</sup> عريرة عبده المصدر السابق، ص100.

موضوعات أحرئ، وهو ما يعني بالنتيجة أن جدول أعيال وسائل الاتصال، أو بالأحرى ترتيب أهمية الموضوعات والأخيار عندها هو نفسه جدول أعيال الجمهور".

ولابد من الإشارة إلى أن نتائج دراسات عملية أكدت أن الجمهور يُعرّض نفسه لمصادر المعلومات التي يتماطف معها أو يؤيدها ومن يفعل غير ذلك من الجمهور، مثل رجل الإعلام والسياسة أو أسائلة الجامعات والباحثين، فأنهم يفعلون ذلك لأسبب مهنية أو لأغراض عملية فقط و ففي بعض المجتمعات المحافظة أستطعت وسائل الإعلام أن تحطم الكثير من التقاليد الإجتهاعية أو السياسية، رغم أن التقاليد والأعراف الإجتهاعية هي من أصعب الأمور القابلة للتغيير أو التبدل، وفي مجتمعات أخرى أسهمت وسائل الإعلام في زيادة الأهتهام بالقراءة، أو التركيز على نوع معين من الأهتهامت السياسية أو الثقافية، وغيرت من الأولويات الإجتهاعية أو السياسية أو الإقتصادية، وهو معلق عليه إعادة ترتيب الأولويات أو (بناء الأجندة).

## مفهوم نظرية ترتيب الأولويات:

نظرية ترتيب الأولويات (بناء الأجندة)، تقول بوجود علاقة إيجابية بين ما تؤكده وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور مهماً، أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولوبات عند الجمهور ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية؛ فقد أصبحت وسائل الإعلام الجهاهيرية الرئيسة (الصحافة، الإذاعة، التلفاز) هي الوسيط بين الأحداث وبين أفراد الجمهور، فهي تنقل الأخبار والمعلوسات والرأي والتفسير والتحليل، وهي بغلك تسهم في خلق واقع إجتهاعي يعيش فيه أفراد الجمهور،

<sup>1</sup> ملغين ل. ديلمبر وساندرا بول روكيش، مصفر سابي، ص366.

<sup>2</sup> رسم عمد الجهال، الإعلام العربي المشترك: دراسة في الإعلام العربي الدولي المشترك ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986، ص116

<sup>3</sup> صالح على لم أصبعه الانصال والإعلام في للجمعات للعاصرة مصدر سأبق، ص144.

ولدلك تبدو أي عملية تغيير في المنظومة الفكرية والثقافية لدى الفرد غير ماجحة إذ لريتم توظيف وسائل الإعلام بالشكل الصحيح.

وكلمة (أجندة Agenda) بشكل عام، تعني وحسب قاموس (المورد): "برنامج أو جدول الأعال"؛ والقصود بها في الإعلام "قدرة ومائل الإعلام على تحديد الأولويات فيها يختص بالمواضيع والقضايا التي سيناقشها الناس"؛ وجدول الأعمال مفهوم شائع في اللقاءات والإجتهاعات، ذلك أن جدول الأعمال في أي لمقاء هو الذي يحدد ترتيب المواضيع التي سوف تناقش بناء على أهميتها، وبناء على هذا المفهوم فإن وسائل الإعلام تمتلك جدول أعمالها الحاص بها والتي تحدد الأهم والأقل أهمية من المواضيع، خصوصاً أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يعني للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له أهمية بميزة تجعلة حاضراً في وسائل الإعلام، أما تلك المواضيع المهملة والأشخاص المهملين في وسائل الإعلام فإنهم يفتقرون الإعلام، أما تلك المواضيع المهملة والأشخاص المهملين في وسائل الإعلام فإنهم يفتقرون الإعلام، أما تلك المواضيع المهملة والأشخاص المهملين في وسائل الإعلام فإنهم يفتقرون الإعلام أما تنه المواضية التي تقدمها له وسائل الاتصال الحديثة يؤدي إلى تشكيل هذا المعمهور وتأثره بها تشتمل عليه تلك الموادمن قيم وأنهاط حياة وسلوك نما يدفع إلى تغلغل المائر التراكمي هذه الموسائل".

وقد عرّف (ستيفنس باترسون) نظرية ترتيب الأولويات بأنها "العملية التي تُبِرز فيه، وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وإن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما يتعرض لها سوف يكيف إدراكه

<sup>1</sup> مير الملكي، قصوص اللورد، دار العلم للملايس، يروت، 2006، ص33.

<sup>2</sup> محمد بن عبد الرحم الحُضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب)؛ ط2ه مكتبه المسكان، الرياس، 1998، ص24

وفقاً للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الأهتهام الممنوح لها في تلك الوسيلة".

ويشير أقدم نص مباشر حول وظيفة ترتيب الأولوبات في مقال لـ (بردرد ببرلسون) نُشِر عام 1948 بعنوان (الاتصالات والرأي العام) يرئ فيه أن "هناك بعض الدلائل على أن المناقشات الحاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراته من عرض وسئل الإعلام فذه المسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متوافقين في ذلك مع الحطوط التي ترسمها وسائل الإعلام"؛ وهي جذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور عما يتحدثون متوافقاً مع ما تقدمه لهم هذه الوسائل.

من هنا تبع العديد من الباحثين، من أمثال (Nimmo فيرهم، هذه النظرية وإفرازاتها التطبيقية من دراساتهم المختلفة الموضحة الأبعده المبهمة والتي (أي تلك الدراسات ونتائجها) حولتها إلى الأرفع شأناً بين النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال لدراسة حملة الإنتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية لعم 1968 والكيفية التي يحددون بها أهمية المواضيع المطروحة، إذ أكدت تلك الدراسات وجود توافق كبير بين حجم الأهتهام الذي توليه الوسائل الاتصالية لقضية معينة وحجم الأهتهام بها عند المتعرضين لتلك الوسائل، والذي (أي ذلك التوافق)، لا يُعبِر عن نجاح تلك الوسائل في إستهالة الناس وإلغاء إتجاهاتهم، بل عن إقناعهم بأهمية تلك الموضوعات الأخرى غير المطروحة مِن قِبل تلك تلك الموضوعات الأخرى غير المطروحة مِن قِبل تلك

<sup>1</sup> عمد بن معرد الشرء مصدر سابق، ص35.

<sup>2</sup> صائح حليد أبو أصبع الاتصال والإعلام في للجنمعات المعاصرة ومعمد سابق ص 144 - 145.

<sup>3</sup> حسن عراد مكتري وليل حسين السيت مصدر سابي، ص298-291.

الوسائل ؛ وقد حدد (Shaw & Martin) أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات هي::

- قياس أولويات أهتهامات الجمهور ووسائل الإعلام إعتهاداً على المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الإجتهاعي وتحليل المحتوئ.
- التركيز على مجموعة من القضايا، ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي
   سبق الذكر إلى المستوى الفردي.
  - 3) دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.
    - 4) دراسة قضية واحدة مع الإنطلاق من الفرد كوحدة للتحليل.

وقد أثبت الدراسات وجود علاقة تأثير متبادل بين اهتهامات القائم بالاتصال والجمهور، إذ أن حراس البوابة في وسائل الإعلام يدركون ما يهتم به الجمهور، مم ينعكس على أجندة وسائل الإعلام، إلا أن المحث عن العلاقة السببية بين متغيرات العملية لا يمكن أن تتم عبر مدة زمنية واحدة، ومن هنا ظهر اتجاه بحثي حديث يدرس أجندة الإعلام والجهاهير عبر أكثر من فترة زمنية واحدة، فضلاً عن وجود دليل علمي يؤكد على أهمية الإطار أو القالب الذي تعالج من خلاله وسائل الإعلام قضية معينة في التأثير على أجندة الجهاهير، تتأثر عادة بعامل الوقت والطاقة النفسية ومقدرة الجهاهير على الوصول إلى وسائل الإعلام.

ويتحدث (McCombos & Show) حول دور الجمهور في ترتيب الأولويات (صناعة الأحندة) بقولهما: "بينها تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في تحديد القضايا العمة اليومية، إلا أنها ليست كلياً المحددة لأولويات (أجندة) الجمهور، إذ هناك تفاعل

لا مىمبىل دىملېر وساندرا بول. روكېتش،مصدر سايق، مر.366.

<sup>2</sup> نغير دلوء مصفر سائق، ص37.

<sup>?</sup> مسيري ابر يعيم عمدة، دراسات في الإعلام وتكتولوجيا الاتصال والرأي العام، مصدر مسايق، ص195.

بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات (أجندة) الصحافة، وأهم من هذا وجود التفاعلات بين الصحافة والجمهور، التي تؤثر على ماهو مقبول بأعتباره أولويات وأحندة الجمهور".

ويرئ الباحثان (Lang & Lang) أن بناء الأولوبات يتم في ست مراحر هي :

- تقوم وسائل الإعلام بتسليط الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بأرزة.
  - 2. تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الأهتمام.
- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الأهتهام في إطارها الذي يضفي عليها المعنئ
   ويسهل فهمهها وإدراكها.
  - 4. اللغة المستخدمة في وسأتل الإعلام التي تؤثر على مُدركات الجمهور الأهمية القضية.
- تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الأهتهام وبين
   بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية.
- بدء الأولويات (صناعة الأجندة) يتم بسرعة ويتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

وتعد أهمية القضية لدى الجمهور من المتغيرات التي تؤثر في ترتيب الأولويات، وافترض "كارترز وزملاؤه"، أن هناك علاقة ايجابية تربط ما بين درجة اهتهام الجمهور بالقضية وبين أولوياته الشخصية؛ أما بالنسبة للبعد الزمني الذي يعد من المتغيرات المؤثرة في ترتيب الأولويات، اتفق الباحثون على أن التأثيرات التي تحدثه وسائل الإعلام ليست ذات طبيعة فورية، بل تتطلب فترة زمنية تطول أو تقصر مع مراعة الفردية الخاصة لكل فرد في المجتمع؛ ولفت "هوفلاند" إلى أنه بعد فترة من الزمن ينسى المتلقي مصدر الرسالة في حين يذكر مضمونها، غير أن هذا المضمون قد يتلاشئ بعد

<sup>1</sup> صالح حديد أبر أصبح، الاتصال والإعلام في للجمعات للعاصر ته مصدر سابق، ص147.

<sup>2</sup> عبد عبدالحسيف بظريات الإعلام واتجامات التأثير، حار الكنب، 1997، ص280.

فترة وجيزة في ظل زيادة عدد القضايا التي يتلقاها الفرد أو مرور فترة زمنية عليها وهذا ما أطلق علية التأثير النائم".

## أحمية نظرية ترتيب الأولومات:

إنطلاقاً من مبدأ أن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديرة بالبحث وأستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، فمن هذا المطلق يمكن تحديد ما تتميز به نظرية ترتيب الأولوبات بها يأتي:

- النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأولويات منذ بدء الأهنهام بها حتى اليوم.
- قدرته على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة ترتيب الأولويات (وضع الأجندة).
- قدرته على توليد قضايا بحثية وأساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والمتغيرات الاتصالية.

وتعد نظرية ترتيب الأولوبات إحدى نظربات دراسة الديمقراطية في مجتمع معين في الوقت الحاضر، فأساس الديمقراطية هو أن تستجيب الحكومات لمرغبات الرأي العام، بينها يقوم الإعلام بدور الوسيط في شرح هذه الرغبات وتفسيرها، ما من شأنه أن يعمق مفهوم ديمقراطية الإعلام وأن توجد علاقه مباشرة بين الرأي العام والسياسات العامة، بحبث بسمح الإعلام بالكشف عن القضايا المهمة ذات الأولوبة ويقوم بترتيها حسب درحة أولوبتها وبعد ذلك معالجتها بنوع من الإنسجام بين رؤية الإعلام من جهة ورؤية الجمهور للقضية من جهة أخرى إلا أن كيفية بمارسة الرأي العام لدوره في

<sup>1</sup> حسر عهدمكاري وليل حسين السيد، مصدر صابق، ص 294-297

<sup>2</sup> Berger, Charles, and Chaffee, Steven, "ed" (1987), Handbook of Communication Science, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications p.105.

<sup>3</sup> سيون الرحيم محدة؛ دراسات في الإعلام وتكولوجنا الانصال والرأي العام، مصدر سابق، ص182

العملية السياسية لرتحظ بنفس الدرجة من الاتفاق، فالديمقراطية التقليدية تفترض الإستجابة الحكومية المباشرة لرغبات الرأي العام، فيها ينظر المفكرون والسياسيون إلى الأحزاب السياسية كوسيط بين الحكومة والشعب بينها يعمل الإعلام على ترجمة أهتهامات الرأي العام إلى سياسات وقرارات تعكس هذه الأهتهامات، أما علهاء الانصال الجهاهيري فلهم وجهة نظر أخرئ ترئ أن وسائل الإعلام هي وسيلة الاتصال والوسيط بين المحكومة والرأي العام، كها هو الحال في الأحزاب، كها أنها تخلق علاقة مباشرة بين الرأي العام والسياسات العامة.

كما تأتي أهمية نظرية ترتيب الأولويات من كون النظام السياسي بحكم إمكاناته وطاقاته لا يستطيع أن يتعامل مع عدد لا نهائي من القضايا في نفس المدة الزمنية، كما أنه لا يستطيع أن يعمل بكفاءة ما لم تكن هناك رقية تحدد أولويات العمل، وهنا يأتي دور نظرية ترتيب الأولويات لأنه تسمع بالكشف عن أولويات القضايا لدئ كل من وسائل الإعلام والرأي العام في فترة زمنية محددة، مرتبة حسب الأهمية النسبية لكن منه، وما يتطلبه هذا الترتيب من تخصيص سلطوي للموارد المادية وغير المادية من جنب السلطة في المجتمع؛ يضاف إلى ذلك أن ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) يخلق الأحساس المشترك بالمجتمع الواحد بها يقاوم حالات التفت الإجتهاعي والتصدع السياسي، فالنظرية تفترض نوعاً من الإنساق بين ما يراه الإعلام مها وما يراه الجمهور كذلك؛ فضلاً عن أهمية هذه النظرية في أبها أصبحت أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة، فإذا كنت قوة الرأي العام ودوره في العملية السياسية من الأمور المتفق عليها والمُعتر ف بها منذ منتصف القرن الثامن عشر، وهذا ما تؤكده مقولة الرئيس الأمريكي الأسبق (إبراهام منتصف القرن الرأي العام لا يمكن أن تنجح سياسة، ومع الرأي العام لا يمكن أن تنجم سياسة، ومع الرأي العام لا يمكن أن

<sup>1</sup> سبون ابراهيم حددة، درضات في الإعلام وتكنولوجيا الانصال والرأي العام، مصدر سابق، ص182.

#### أمداف النظرية:

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات أنه مثلها بحدد جدول الأعهال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تُناقش بناءً على أهميتها، لذا فإن وسائل الإعلام فا جدول أعهاله الحاص التي تحدد الأهم والأقل أهمية من الموضوعات والأحداث، فا جنت المناس في حياتها البومية عن الموضوعات أو الأحداث التي تظهر في وسائل الإعلام وبمجرد أختفاء هذه الأحداث من واجهة هذه الوسائل فإن النأس سوف تنساها تدريجياً ويؤكد علياء الاتصال أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة وحجم الأهمية التي يعيرها الجمهور للقضايا نفسها، فترتيب الأولويات فضايا معينة ونقا لبعض التفسيرات ليست إلا توجيهاً من وسائل الإعلام للجهاهير نحو الحقائق السائدة، فهي تسهم بدور كبر في ترتيب الأولويات لذى الجمهور ومن ثم فإب تقوم بمهمة تعليمية إذ ترشد وتعلم الناس عها يتحدثون، وتبعاً خذا فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعاً لما تلقاه من قبل وسائل الإعلام، وبمعنى آخر ورهم في إختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها.

ورغم ذلك فإن وظيفة وسائل الانصال الحديثة في وضع أجندة الجمهور ليست وظيفة مطلقة أو مجردة من دون تدخلات أخرئ، فها يتحكم في التغطية الإعلامية لهذه الوسائل الأخبار العاجلة الناشئة من الحوادث المفاجئة، وكذلك السياسة المنتظمة للمؤسسات المختلفة في جدولة أعهالها وتوفير التغطية الإعلامية لها، أو سعي عدد من هذه المؤسسات لصنع الأخبار عن طريق إقامة فعاليات تستدعي إليها الإعلام وغير ذلك خصوصاً من جهة تأثيرات الجمهور في القائم بالاتصال، فقدرة وسائل الاتصال في ترتيب

أولويات الحمهور مرهونة بنوع الجمهور من جهة، خصوصاً من نواحي تعليمه وولاءاته السياسية وأهتهاماته السياسية، وطبيعة القضايا التي تعرضها هذه الوسائل من جهة أخرئ.

وهكدا فأن وظيفة ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) للاتصال الجهاهبري تتمثل في مقدرت للتأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد وتقوم ببناء تفكيرهم، وهذ يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، وهو مقدرتها على ترتيب العالر وتنظيمه عقلياً للأفراد؟ لاسبه وأن ترتيب الأولويات، التي هي اليوم نظرية من نظريات تأثير وسائل الاتصال، تعرف بكونها العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة ومن ثم الجمهور لكنها غير كافية وحدها في صياغة وتشكيل الحقائق الإجتهاعية، ذلك أن وسائل الإعلام لا نضع الأولويات في ترتيب قضايا وأهتهات الجمهور عن طريق إختيار وتحديد أي من هذه القضايا أهم من غيرها، بل كذلك من الجمهور عن طريق إختيار وتحديد أي من هذه القضايا أهم من غيرها، بل كذلك من حجم التغطية الإعلامية التي تقلمها هذه الوسائل لقضايا معينة دون أخرئ.

#### فروض النظرية:

تهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجهاهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والإقتصادية والإجتهاعية التي تهم المجتمع، كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير أهتهامات النركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير أهتهامات النس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها؛ ومن ثم تمثل هذه

<sup>1</sup> عمد بن مجرد الشرع مصدر سابق، ص38.

<sup>2</sup> صالح حليل أبو أصبحه الاتصال والإعلام في للجنمنات الماصرة ومصدر سابقه س145.

<sup>2</sup> عمد من سعر والبشرة المعدر السابق من 35-36.

الموضوعات لدى الجهاهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام، إذ إن وسائل الإعلام هي التي توجه الأهتام نحو قصايا بعيبه، فهي التي تطرح الموضوعات وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد بأعتبارهم أعصاء في الحشد ومد الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به، وحين تقرر وسدل الإعلام تحصيص معظم الوقت والمساحة في التغطية الإخبارية لقضية ما، فإن هذه القصية سوف تكتسب أهمية قصوئ لدئ الجهاهير التي تتعرض لتلك الوسائل.

وبالتشديد على التبعية المعرفية المتصاعدة للإعلام الجماهيري، تفترض نظرية ترتيب الأولويات عدداً من الفرضيات تتمثل في مستويين هما:

- ال مستوئ جدول الأعمال والموضوعات والإشكاليات والمشكلات التي يطرحها الإعلام.
- مستوئ التراتبية حسب الأهمية والأولوية التي يتم على أساسها ترتيب جدول الأعيال!.

إذ تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايد التي تقع في المجتمع وإنها يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة نما يجعلها تثير أهتهام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وتمثل هذه الموضوعات من ثمَّ أهمية أكبر عند الناس من الموضوعات الأخرئ.

وفيها بخص الوقت المطلوب لحدوث التأثير في جدول الأولوبات، فقد افترض البحثون أوقاتاً مختلفة لحدوث التأثير، فمنهم من أفترض أن الوقت المطلوب لإحداث

<sup>1</sup> حس عادمكاري وليل حدين السيده مصدر سابق، ص288.

<sup>2</sup> فريان مهناء مصدر سابق، ص 270.

التأثير بتراوح بين سنة أشهر إلى عدة أعوام، ولكن (جيرالد سنون وماكسويل) قد حددا المدة من شهر إلى سنة أشهر كحد أعلى لينتقل التأثير من أجندة وسائل الإعلام إلى أجدة الجمهور، وقد وجد (بسيوني إبراهيم حمادة) أن شهراً واحداً يكفي لبده هذه العلاقة التأثيرية، ويمكن القول إن المدة المطلوبة لإحداث التغيير ترتبط وتتأثر بالعوامل المؤثرة في وضع الأجندة فمستوئ تعرض الجمهور ومستوئ تغطية وسائل الاتصال لها علاقة بطول المدة الزمنية المطلوبة لأحداث التغيير المنشود.

ويرئ (Swanson) أن الفهم الدقيق لتأثير ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) يتطلب تحليل مضمون القضايا التي تركز عليها وسائل الإعلام، فالدراسات الحالية تهتم بلسحة أو الوقت الممنوح للقضايا في الإذاعة والتلفاز ولكن يبدو أن المهم هو مضمون هذه القضايا ذاتها، ويمثل نداء (Swanson) تحولاً في دراسات ترتيب الأولويات، ومعبراً عن تجاهل الباحثين للتعريفات النظرية والإجرائية لمفهوم ترتيب الأولويات، فلقضية كها يراها (Swanson) يجب أن يتوافر فيها شروط قضية الرأي العم من حيث قيامها على الصراع والإختلاف في وحهات النظر، وعندئذ فأن تحليل القضايا سوف يأخذ في الإعتبار الأسباب والمشاكل والحلول والأشخاص والأحداث وغيره، ودرجت التأييد والمدرضة مما يجعل دراسات ترتيب الأولويات تبحث عن الإتجاء في الوقت نفسه الذي تبحث فيه عن التأثير المعرفي، وقد كانت الدراسة الرائدة لـ الذي تبحث فيه عن التأثير المعرفي، وقد كانت الدراسة الرائدة لـ الخديد لدراسات ترتيب ووضع الأولويات، إذ حددا مستويات تحليل القضايا والمتمثلة الجديد لدراسات ترتيب ووضع الأولويات، إذ حددا مستويات تحليل القضايا والمتمثلة

<sup>1</sup> قريال مهناء الصادر السابل، ص275 .

<sup>2</sup> عمد عبد المؤمسة نظريات الإعلام واتجاحات الناثير، مصدر سابق، ص 273 .

 في: (أسهاء القضايا والمشكلات والأمياب والحلول المقترحة والاشخاص والجهاعات التي طرحت الحلول ومبرراتها).

#### عناصر النظرية:

توصلت العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في الربع الأخبر من القرن العشرين إلى نتائح تمثلت في أن ترتيب الأولويات يتأثر بمجموعة من المتغيرات تتمثل في الآتيء:

- طبيعة القضايا (مجردة / ملموسة).
- 2) أهمية القضايا (تهديدمباشر/ غيرمباشر).
- 3) الخصائص الديموغرافية للجمهور (الجنس، السن، المستوئ التعليمي...الخ).
  - 4) الاتصال الشخصي المباشر وغير المباشر.
  - البعد لزمني (توقيت الإثارة والمدئ الزمني اللازم لإحداثها).
    - أنوع الوسيلة.

وأدناه توضيح لكل عنصر من عناصر نظرية ترتيب الأولويات:

1) طبيعة القضايا: ويقصد بها مدئ كون الفضية ملموسة أو معروفة لدئ المتلقي، وتمش طبيعة القضية وإدراك الجمهور لها أحد أهم المتغيرات الوسيطة، فكلها زادت درجة معايشة الجمهور للقضية قل تأثير وسائل الإعلام بشأنها وذلك لأن الخبرة المباشرة سوف تعمل بديلاً لوسائل الإعلام في خلق الأهتهام، وكذلك الحال للقضايا ذات الطابع النظري النجريدي الني يصعب على المرء أستيعابها؛ وقد تُبتَ من دراسة (Yagade) صحة الفرض القائل بعدم قدرة وسائل الإعلام في وضع أولويات القضايا المجردة أو القضايا المعردة أو القضايا المعردة أو القضايا المعردة أو القضايا المعردة المعردة أو القضايا المعلمة التي تلازم القرد، ونجاحها (وسائل الإعلام) في وضع أولويات القضايا المعردة المعردة القضايا

<sup>1</sup> سيون الراهيم حمدة، دراسات في الإعلام وتكولو حما الاتصال والرأي العام، مصدر سابق، ص 190 191 عنبل دليو : مصدر سابق، ص 37.

الملموسة (Concrete) التي ترتبط بحدث محدد أو مجموعة من الأحداث المحددة ، كما أثنت بحث تجريبي أجراه (Zucker) حول طبيعة عدد من القضايا الملموسة وغيرها على حد سواء، تأكد من وجود تأثير كبير لوسائل الاتصال في القضايا غير الملموسة مقارنة بتأثيره في القضايا الملموسة.

- 2) أهمية القضايا: والمقصود بها الإرتباط المتبادل بين مدئ أهتهام المتلقي بقضية ما ووفرة نصيبه في الحصول على الأسبقية الترتيبية، أي كلها كان أهتهام الجمهور كبيراً بقضية ما، كانت درجتها الترتيبية أفضل!.
- 3) الخصائص الديمغرافية: يعد هذا المتغير مثار جدل بين العديد من الباحثين، فهدك من يؤمن بوجود علاقة بينها وبين عملية ترتيب الأولويات، وهناك من لا يؤمن بذلك، كخاصية التعليم مثلاً، إذ توصل (Whitney) في دراسته إلى أن التعليم يؤدي دوراً مهماً في ترتيب أولويات القضايا المطروحة من قبل الوسائل الاتصالية، أما (بسيوني ابراهيم عادة) فأنه يشير إلى عكس ذلك تماماً.
- 4) نوع الوسيلة المستخدمة: أثبتت العديد من الدراسات المتعلقة بهذا الشأن، أن هناك علاقة طردية بين فعالية وبميزات الوسيلة المستعملة من جهة، ومدئ التأثير الذي تحدثه في تحديد أولويات المتلقي، وفي هذه المجال أشار (McCombos) إلى أن الذي تقدمه الصحف لقرائها، يعجز عن تقديمه التلفاذ لمشاهديه بهذا الشأن.
- 5) توتيت إثارة القضايا: كلم كان إختيار الوقت مناسباً لإختيار قضية معينة وطرحها على الجمهور، كلم كانت التأثيرات الاتصالية بشأنها أقوئ.

<sup>.</sup> 1 بسيري ابر اهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الانعمال والركي العام، مصدر سلبق، ص189.

<sup>2</sup> مضيل دنير ۽ الصائر السابق ص37

<sup>3</sup> عصام سليان نارسيء المُنحل في الاتصال الجهميري، مصدر سابق، ص163.

<sup>4</sup> فقيل طير، مصدر سابق، ص31.

<sup>5</sup> صالح خلين أبو أصبح ؛ الاستأل والإعلام في المجتمعات الماصرة؛ مصدر سابق، ص144.

6) المدى الزمني لصياغة الأولويات: أن تأثير المواد الاتصالية لا يحدث بشكل إلزامي وفوري، بل هي تأثيرات تدريجية تستغرق أوقاتاً نسبية معينة وفقاً لمطبيعة القضايا المطروحة بين عمليتي العرض والتلقي لهذه المواد، والتي عُرفت بـ (التأثيرات الدئمة (Sleep Effects)، إذ يسئ فيها المتلقي مصدره الاتصالي لفترة معينة ومن ثم يتذكره.
الإنجاهات البحثية لنظرية ترتيب الأولويات:

تتضمن عملية ترتيب الأولويات (وضع الأجتدة) ثلاثة إتجاهات بحثية تنمثل في الآتن؛

الإنجاه الأول: ترتيب أولويات الجمهور (Public Agenda Setting) وتتخذ من أولويات الجمهور (Public Agenda Setting) وتتخذ من أولويات الجمهور مُتغيراً تابعاً لها، وقد بدأ هذا الإتجاه البحثي على يد (McCombos & Show) عام 1972.

الإنجاء الثاني: ترتيب أولويات السياسة العامة (Policy Agenda Setting) وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار، وأولويات أهتهام صانعي القرار متغيراً تابعاً لها، بينها تمثل أولويات أهتهامات وسائل الإعلام المتغير المستقل.

الإنجاه الثالث: ترتيب أولويات وسائل الإعلام (Media Agenda setting) وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيراً تابعاً لها، وقد أنبثق هذا المجال البحثي مرتبطاً بالدراسات الإجتباعية.

ويتضح من الإتجاهات أعلاه مدئ الثراء الذي تتميز به نظرية ترتيب الأولويات، إذ أسهمت في إجراء الدراسات ذات الطبيعة البينية، كما أوجدت أرضية مشتركة بين علوم

تبسير مشارقة ، مظرية "التأثير البائم والسيئياء

http://mashareqa.maktoobhlog.com/cat/50370/ 19-2007

سيون براهم خاده دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال والرآي العام؛ مصفر سابق، ص 183.

Rogers, Everett, and Dearing, James, (1993), The Anatomy of Agenda-Setting Research, Journal of Communication, Vol. 43, No.3.

الاتصال الجماهيري وعلم السياسة والإجتماع وعلم النفس الإجتماعي، وعلى الرعم من أن هذه الإتجاهات الثلاث تجتمع حول سمة أساسية وهي البحث في نشوء وأنتقل القضايا من دائرة معينة إلى دائرة أخرى (من الإعلام إلى الجماهير أو من الجماهير إلى الدوائر السياسية أو من الأخيرة إلى وسائل الإعلام أو العكس)، إلا أنها تكاد تفتقر إلى الإطار العلمي المتكامل الذي يجمع بينها، وهذا ما أشار اليه العديد من الباحثين بضرورة تكوين الإطار الشامل الذي يسمح بإبراز التفاعل بين هذه المستويات الثلاث.

## الدور التأثيري لنظرية ترتيب الأولويات:

ترى نظرية ترتب الأولويات أن الإعلام فعال في بناء صورة الواقع التي يُشكّلها المتلقي، وهذه الصورة عبارة عن كناية تمثّل مجمل المعلومات حول العالم التي تعامل معها ونظمه وخرّنها المتلقي ويمكن أن تُشكل توحيداً قياسياً تجري تجاهه مقارنة المعلومة الجديدة من أجل إعطائها معناها، غير أن هذا التوحيد القياسي يخضع لشروط إطار المرجعية والحاجات والقيم والمعتقدات والتوقعات التي تؤثر عل ما يستخلصه المتلقي من حالة اتصالية؛ وبذلك وضمن هذا الإطار تصبح تركيبة أولويات الجمهور الإعلامي نتيجة حصيلة شديدة التعقيد وليس نتيجة تشيد بسبط لجدول أعمال يقوم به الإعلام.

إن خطورة تأثير وسائل الاتصال الحديثة على الناس عن طريق العمل على ترتيب الأولوبات لهم، تكمن في إختصار الحصيلة المعرفية للجمهور على قضايا عددة قد تنحصر ضمن البرامج الترفيهية أو الرياضية أو الموضوعات العاطفية والإستهلاكية، مثلها قد تقدم للمجتمع نهاذج مزيفة من العناصر الهامشية وغير المنتجة وتصويرها بمظهر القدوة المحتذاة؛ وهو ما يعني أن الرأي العام سيتشكل على أساس مزيف وغير حقيقي بأعتبار أن القضايا التي تولف محاور مناقشاته ليست هي القضايا التي تمس مصالحه وأحتباجاته بينها القضايا التي تولف عاور مناقشاته ليست هي القضايا التي تمس مصالحه وأحتباجاته بينها القضايا التي تأسام وقد تظهر في وقت عير

<sup>1</sup> فريال مها، مصفر سابق، ص271.

ملائم بالنسبة له تما يضاعف خسائره، وهي حالة قد تحدث ضمن إعلام العولمة الذي تدور قصاياه الرئيسة حول قضأيا الترفيه والتسلية والإستهلاك والجنس والرياضة وما يهائلها.

وتدعم نظرية ترتيب الأولويات نظريتا (الإبراز) و(التأطير)، وهي بمجموعها تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه أن الإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيراً لها في تفكيره وقراراته؛ وهي نظرية ترتيب أولويات الجمهور، فإذا كان الإبراز في نظرية الأطريتم على جوانب داخلية في الحدث، فإن البروز في نظرية ترتيب الأولويات يكون لقضايا كاملة، يتم دفعها لدائرة أهتهام الجمهور من فترة لأخرى، فنجد فروض النظرية وكها ذكرنا سابقاً تقول: إن أهتهامات الجمهور بقضايا معينة تتبع أهتهامات وسائل الاتصال بتلك القضايا، وأن التغير في أهتهامات وسائل الاتصال يتبعه تغير في أهتهامات الجمهور، وكمثال على ذلك: نجد أن الصحف مثلاً أو التلفاز تركز على عدد من أهتهامات الجمهور، وكمثال على ذلك: نجد أن الصحف مثلاً أو التلفاز تركز على عدد من وسائل عديدة كإبراز القضية في موقع عميز من الصقحة أو إعطائها مساحة أكبر من المناقشة وسائل عديدة كإبراز القضية في موقع عميز من الصقحة أو إعطائها مساحة أكبر من المناقشة على قضايا أخرى أو على القضايا نفسها ولكن بترتيب آخر، وهنا نجد أن مناقشات الجمهور للقضايا يتغير في الغالب ليتبع نفس درجة إهتهام وسائل الاتصال بتلك القضايا.

وإذا لر تكن وسائل الإعلام قادرة على قولبة كل رأي، فأنها قادرة على تشكيل الواقع المحسوس الذي تُصنع من حوله أفكار الفرد، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الإعلام وخصوصاً الإخبارية منها، إذ أنها تصنع جدول الأعمال للأفراد، فتحتار ما تريد توكيده وما تريد تجاهله أو تقمعه، بل إنها تنظم لأفراد المجتمع العالم السياسي إلى حد بعيد،

<sup>1</sup> ماروق عمر على، مصدر سابق، ص134.

إذ أن وسائل الإعلام قد لا تكون قادرة دوماً على إخبارنا بها يجب أن نفكر، إلا أنها ناجحة بشكل فأعل في إخبارنا بها يجب أن نفكر فيه".

وتؤدي عملية الإبراز التي تقوم بها وسائل الإعلام في ضوء التركيز على موضوعات معية دوراً مها في ترتيب أولويات الرأي العام، ففي أثناء حرب الخليج الثانية عام 1991 وعندما كانت أجهزة الإعلام تبرز أخبار الحرب، وأصبحت الأزمة مثر أهتهام الرأي العام الأمريكي ولما كانت التائج إيجابية للرئيس الأمريكي الأسبق (جورج بوش الأب) بصفته المقائد الأعلى للجيوش الأمريكية، فقد أصبح محط المندء لهذا النصر غير المتكافئ وجعلت شعبية الرئيس (بوش الأب) في أعلى مستويتها داخل الولايات المتحدة، ولكن بعد سنة واحدة عندما ركزت وسائل الإعلام في الإداء الإقتصادي بدلاً من أخبار الحرب وأصبح الإقتصاد في سلم الأولويات ظهر الرئيس (بوش الأب) بمظهر مختلف وأنخفضت شعبيته بشكل كبير لتصل إلى نسبة (46٪) وقد الوش من الواضح أن السبب وراء أنخفاض شعبيته في عام 1991 هو التغييرات التي طرأت على جدول أهتهامات الجمهور النائجة عن تغيير جدول أعهال وسائل الإعلام؛

وفي هذا الصدد، يقول (ميلفين دوفلور) إن أهمية الاتصال الجماهيري في المجتمع لا تكمن في التأثيرات الفورية على قطاعات جمهور خاصة، ولكن في التأثيرات غير المباشرة والبعيدة الأجر على الثقافة الإنسانية وعلى تنظيم الحياة الإجتماعية ؛ إذ أن هناك العديد من الأشياء التي قد لا يملك الفرد إزاءها أي أفكار مسبقة، مما يجعله يصدق دون حذر كل سيقرأ ويسمع ويرى، وفي هذه الحالات، نجد أن وسائل الإعلام لا تعزز آراءً سبق تبنيها

<sup>1</sup> ماكل بارشي، أخبراع الواقع، مطلة مشورة في كتاب العيمقراطية، تحرير: فيلب غرين، ت، محمد هروش، دار الحأمون للغرجه والبشر، معداد، 2007ء س299

<sup>2</sup> سيمل إير لابر وآخرون، مصدر مايق، ص179.

<sup>3</sup> دريال مهالمصدر سابق، ص222.

حسب، بل أنها تررع أفكاراً جديدة أيضاً؛ وبذلك يكون لوسائل الإعلام القدرة في توجيه تصورات الفرد توجيهاً فعالاً عندما لا يملك أي معلومات مناقضة وعندما تكون الرسالة متناسبة والأفكار السابقة عن الأحداث (التي قد تكون بدورها من صنع وسائل الإعلام).

من هنا وبناءً على ما تقدم، فإن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مها جداً في تشكيل الحياة الإجتماعية وذلك عندما تمارس دورها في إختيار وعرض الأخبار والقضايا وترتيب الأولويات كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمش عملياً في كونها نصيراً أكبر في صنع الثقافة السياسية للجمهور بحيث أنها تربط بين تصور إدراك الدس للواقع السياسي وبين الشؤون السياسية اليومية، ويمكن أن تؤدي وسائل الإعلام عن طريق وظيفة ترتيب الأولويات دوراً إحتماعياً بتحقيق الإجماع حول بعض الأهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيها بعد بأعتبارها رأياً عاماً.

وقد فهم علماء الإعلام مؤخراً أن النظريات التي أعتمدوها لرتعد صبالحة وأن هذك حاجة إلى مقاربات تدرس التأثيرات على الأفراد والجماعات عبر تعرض مستمر ومتراكم لمضامين الإعلام وتبحث في التأثيرات الطويلة الأمد وغير المباشرة على الثقافة والمجتمع.

والجدير بالذكر أن بعض أصحاب القرار في المؤسسات المختلفة يستطيعون أن يؤدوا دوراً في ترتيب الأولوبات (وضع الأجندة)، إذ يمكنهم إشراك وسائل الإعلام في تبني بعض قضايا الأجندة المؤسساتية وطوحها على الجمهور والتركيز عليها إلى أن تصبح من الأولوبات المنتظمة لأجندة وسائل الإعلام، وتعد وظيفة تكوين الأراء والإنجاهات

<sup>1</sup> مايكار بارشي، مصدر سايق، ص297.

<sup>2</sup> صالح عليل أبر أصبح الاتصال والإعلام في المصمعات الماصر عامصدر سابق، ص147.

<sup>3</sup> بريال مهاه الصفر السابق مي224.

<sup>4</sup> داطعة وعمل العنبي، ورقة عمل تلمت إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامة، الرياض، 14 صغر 1428هـ

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجهاهيري، وهي تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة والتي تُعنئ بتشكيل الآراء والإنجاهات لدئ الجمهور؛ أن وظيفة ترتيب الأولويات فهي ليست وظيفة قائمة بذاتها، وإنها هي تكنيك حص يستخدم لتكوين الآراء وترتيب الموضوعات لدئ الجمهور حسب أولوياتها، وتبعاً للتركيز الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام.

وقد صاغ (دوفلور) في عام 1970 نظرية للقواعد الثقافية وقد ضمن الصياغة الأولى له الفكرة الآتية: "أن الإعلام الجهاهيري وبواسطة إصطفاء وإبراز موضوعات معينة يخلق لدئ الجمهور إنطباعاً بأن الضوابط الثقافية العامة المتعلقة بالموضوعات التي تم إبرازه مبنية ومحددة بشكل معين وبها أن السلوك الفردي يُقاد بشكل عام من قبل ضوابط ثقافية خاصة بموضوع أو قضية ما، فإن الإعلام الجهاهيري يهارس إذن تأثيراً غير مباشر على السلوك).

### ترتيب الأولويات بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري:

تندخل وسائل الاتصال الجماهيري تقريباً في كل مجالات حياتنا اليومية وواقعنا إلى درجة إننا لا نشعر بوجودها ناهيك عن تأثيرها علينا وعلى حياتنا، فنحن محاطون بوسائل الاتصال الجماهيري من كل جانب، وهي تقوم بتزويدنا بالمعلومة وتسلينا وتحرك مشاعرنا، كما إن هذه الوسائل تساعدنا في معرفة أنفسنا كما أنها تشكل وتصنع واقعنا وحياتنا.

ومن الموضوعات التي شغلت الباحثين في مجال الرأي العام والاتصال الجماهيري لمدة تزيد عن نصف قرن، تلك العلاقة الحميمة والجدلية بين الموضوعات التي تبرزه وسائل الإعلام وبين تصاعد أهتهام الرأي العام تجاه تلك الموضوعات وهذا يعني أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً في لفت انتباه الرأي العام عن طريق تركيزها على موضوعات

> 1 مانج خليل أبو أصبح المصدر سابق من 210 2 بريال مهاا المصدر سابق الس238.

بداتها في إطار دور وسائل الإعلام التي تعمل على إبراز وعرض وقائع الحياة والقضدية والموضوعات التي تهم الرأي العام ؟ إذ إن لوسائل الإعلام الجياهيري أثراً كبيراً في تشكيل وجهة نظر الرأي العام ورؤيته للقضايا التي تواجه المجتمع، فعن طريق التركيز على قضيه معينة وتجهل أحرئ تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الأهنهام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متعددة ومتنوعة في المجتمع.

فعندما تُعلِق وسائل الإعلام على ما يقوله المرشحون السياسيون ويرددونه في المحلاتهم الإنتخابية، تقوم بذلك بتحديد القضايا المهمة التي وردت في أحاديثهم أثناء هذا النوع من النشاط السياسي، ومن ثم فأن وسائل الإعلام تحدد أولويات هذه الحملات الإنتخابية، إذ تُسهم هذه الوسائل إسهاماً كبراً في ترتب أهتمامات الجهاهير وتحدد القضايا التي تستحق أن تصور هموم الناس إما في موجز أهم الأنباء الذي يُقلِم القضايا في الصفحات الأولى من المصحف أو في موجز أهم الأنباء الذي تقدمه محطات التلفاز أو في التغطيات الصحفية والإذاعية والتلفازية المستمرة التي تركز على قضايا دون أخرى من التغطيات المحفية عليها.

ومع أن الدلائل والبراهين البحثية توضح بشكل مؤكد وجود نوع من التوافق بين طبيعة الأولويات التي تخصصها وسائل الإعلام للقضايا والموضوعات وبين أولويات الجياهير والسياسيين وهو ما يمثل جوهر نظرية ترتيب الأولويات، غير أن الأدلة العلمية المتوافرة لا توضح بشكل قاطع إن كانت هذه العلاقة التي تربط بين هذه الأجندات هي علاقة صبية (أي وجود إحداهما سبب لو جود الأخرئ) أم أنها مجرد علاقة توافق، كها أن

<sup>1</sup> غريرة منسسبر سايلة من139 ،

<sup>2</sup> Sidney Kraus & Dennis Davis (1976) The Effects of Mass Communication on Political Behavior the Pennsy Lvania State University. Pn. P. 213.

<sup>3</sup> عمد بن سعود الشرومصدر سابق ص37.

<sup>4</sup> دييس مكرين، مصفر سابي، ص179.

معظم البحوث التي اهتمت بالعلاقة السبية في ترتيب الأولويات لر تُثبت بشكل مؤكد من الذي يؤثر في من إنه أي هل جدول أهتهامات وسائل الإعلام (أجندة الإعلام) هي التي تؤثر على جدول أهتهامات الجمهور كما تقول بللك النظرية أم أن العكس صحيح؟ وسئل إذ من الناحية النظرية يكون رسم السياسة الإعلامية وتتقيلها مرتبطاً بحاجت وسئل الإعلام ومن ثم فإن الرسائل يجب أن تكون ملبية لهذه الحاجات، وهذا يقود إلى أن جدول أعهال (أجندة) وسائل الإعلام يجب أن تكون متفقة وجدول أهتهامات وأحتياجات الجمهور، وبهذا المعنى فإن الجمهور هو الذي يرمم جدول أعهال وأهنهامت وسائل الإعلام وليس العكس كها تقول الفرضية التي تتبناها نظرية الأولويات.

ويرئ بعض الباحثين أنه من الأفضل تسعبة ترتبب الأولويات يتدعيم الأولويات؛ نظراً لكون الوسائل الاتصالية ليست مصادر مستقلة بل مرتبطة بجهات علنية تارة وخفية ترة أخرى أو بأفكار وإتجاهات معينة، والتي تكون مسؤولة في الغالب عن تحديد القسط الأوفر من سياستها الاتصالية ومذهبها الاتصالي، أي أنها ليست لوحدها أثناء تعملها مع الجمهور وأولويات، بمعنى أنها تتسلم تلك الأولويات من عيطها الخارجي المتجسد في عناصره الفعالة، كأدة خام، والتي حددها المديد من المتخصصين في علوم الاتصال والإجتماع والسياسة، في الآتيات

1. ملكبة وسائل الانصال: تعد عملية التنافس على التأثير في المتلقي من قبل وسائل الانصال الجهاهيري وعاولة الإستحواذ على عقلية الفرد وتفكيره وجذب إنتباهه للتأثير فيه وكسب إستجابته عملية ليست بجديدة، وإنها ترجع لبدايات ظهور الطباعة، ولكنها إشتدت وزادت أهميتها مع التطورات التقنية والتأثيرية الحاصلة في ميادين وسائل

<sup>1</sup> عمد حد الحديد مظربات الإعلام وإتجاعات التأثير، مصفو سابق، ص278.

<sup>2</sup> غربره عبدت مصدر سايق، ص104.

<sup>3</sup> عبد الوحات كحير، الرأي العام والسياسات الإعلامة، ط2، مكتبة للدينة، القاهرة، 1987، ص110.

الاتصال المتنوعة التي أدت إلى ظهور مشكلة الملكية لتلك الوسائل، والتي لر تكن أبداً مشكلة ملكية جهاز أو وسيلة في حد ذاتها فحسب، وإنها كانت وستكون مشكلة ملكية تأثيره، ذلك لأن من يمتلكها بغض النظر عن هويته هو الذي يرتب القسط الأوفر من الأولويات وهو الذي يقود الجمهور والرأي العام عملياً.

2. الصفوة أو النخبة: المقصود بمفهوم النخبة أو الصفوة، إصطلاحاً، المجموعة الأقوى مكانة وتأثيراً بين الناس في المجتمع، أي الذين يعتقدون أو يعتقدهم الآخرون أنهم أفهم الناس وأعمقهم تفكيراً، فضلاً عن دورهم الأساس ومهمتهم المؤثرة في مجمل الحركات المجتمعية، في جميع ميادين الحياة الإجتماعية بصورة عامة، وفي ميداني المعرفة والسياسة خصوصاً، أي أنهم أيضاً يتم تصنيفهم من ضمن مرتبي الأولويات في المجتمع ولهم دور رئيسي في ما ينبغي أن يجري على الساحة المجتمعية والقرارات التي تصدر بشأنه.

3. الجمهور نفسه: ويُقصد به المتلقون المستهدفون من قبل القائم بالاتصال والذين يستنبط منهم الفائم بالاتصال أولوياتهم الواقعية ومن ثم يعيدها إليهم بعدم ينظمه ويرتبها وفق إمكانياتها المعرفية والنقنية.

وتأسيساً على ما تقدم، فإن وسائل الانصال الحديثة تؤثر في الرأي العام تأثيراً كبيراً من جهة تشكيل وجهة نظره ورؤيته للقضايا التي تواجه المجتمع، إذ أن تركيزها على قضايا معينة وتجاهل قضايا أخرى يوحي لأفراد المجتمع، إن لم نقل يحدد، أولوبات هؤلاء الأفراد في الأهتمام بالقضايا المرتبطة بالمجالات المتعددة والمختلفة في المجتمع.

وبهذا الفهم فإن الأمر الأكثر ضرورة، لأجل فهم تأثير الرأي العام في صيغة الرسالة الإعلامية ومن ثمَّ الأداء الإعلامي، يتمثل في دراسة القائم بالاتصال، ذلك أن الرسائل الإعلامية التي يقلمها تخضع، نوعاً ما، إلى توقعاته عن ردود فعل الجمهور، مم يعني أن الجمهور يؤدي دوراً إيجابياً في العملية الاتصالية، إذ إن تصور القائم بالاتصال

<sup>1</sup> محمد بن سعود الشرء مصدر سابق، س35.

عن الجمهور يؤثر في نوعية الأخيار والمعلومات التي يقدمها، فنوع الجمهور وتوجهته، الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه مخاطبه له تأثير كبير على طريقة إختيار المحتوى و تنظيمه، وبذلك يتوجب على وسائل الإعلام أن تُقدم ما يُرضي جمهورها؛ خصوصاً أن الجمهور يعتنق بعض الآراء حين يعلم أنها تتفق مع رأي الأغلبية، ونجاح الاتصال يتأثر بطبيعة الظروف التي يتلقئ فيها الفرد المعلومات، أي أن المعلومات التي تتفق مع الرأي السائد يزيد إحتيال تأبيد الآخرين لها وعد تتعرض إلى النقد الحاد فيها لو حاولت ترتيب الأولويات من وجهة نظرها وتجاهل أهية قضايا معينة هي ذات أهمية في نظر أفراد المجتمع، وهذا من وجهة نظرها وتجاهلت أهية قضايا معينة هي ذات أهمية في نظر أفراد المجتمع، وهذا

وبسبب اعتباد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام، أصبحت وسائل الإعلام الجماهيري وخصوصاً التلفاز أهم الوسائل الإعلامية تأثيراً في تشكيل أفكر وآراء الجمهور، وتؤثر من ثمَّ حتى في تحديد أولويات الجمهور وفيها يظنه مهماً أو غير مهم، وذلك بالتركيز في موضوعات معينة أو التعنيم على موضوعات أخرى، بما يجعل الجمهور يتفاص مع القضايا المثارة إعلامياً ويتناسئ أو ينسئ القضايا غير المثارة إعلامياً لكننا إذا أدركنا أن أفراد الجمهور يضعون القضايا في تسلسل معين من الأهمية بناءاً على معطيات أدركنا أن أفراد الجمهور يضعون القضايا في تسلسل معين من الأهمية بناءاً على معطيات معرفية سابقة كونت لمديهم تصوراً معيناً عن القضايا المختلفة وهذه المعطيات غالباً ما يستمدونها من وسائل الإعلام قضلاً عن القضية موضوع السلوك والموقف ومجاله، بما هو نتاج معرفة سابقة وتصور سابق عن القضية موضوع السلوك والموقف ومجاله، بما يعني، أن ترتيب الأولويات مسألة مشتركة بين الرأي العام ووسائل الاتصال؛ ورغم ذلك

<sup>1</sup> حس مهادمك أري وليل حسين السيف مصدر سلين، ص183 - 184.

<sup>2</sup> سيهان أحد وشتيء الأسس العلبة لتظويات الإعلام، مصدر سابق، ص447

<sup>3</sup> عمد بن سعود البشرة انصدر السابقة ص40.

فإن قدرة وسائل الإعلام على قراءة أجندة الجمهور والرأي العام، قبل أن تؤثر هي فيها وتعيد تشكيلها ما زالت ضعيفة أو في الأقل لا تحظى بإهتهام كافي، لأن وسائل الإعلام لا تبدأ الصراعات ولا تشكلها وهي التي تتصدر عادة قائمة الأولوبات، وقوة وسائل الإعلام في وصع جدول الأعهال أو ما يسمئ بالأولوبات، تكمن في قدرتها على مسح الذيوع والشهرة أو منعهها في مواقف الصراع.

### الإنتقادات الموجهة للنظرية:

تعرضت نظرية ترتيب الأولويات لإنتقادات عديدة، والتي تركزت في الآتي:

- قلة مرجعياتها النظرية وضيق الفضاء الحركي لبحوثها، إذ ينبغي توسيعها لتشمل مجمل جوانب المواضيع المطروحة، فضلاً عن كيفية ظهورها.
- لابد من إحتوائها على مجمل الأساليب الموجودة في منهجيات البحوث الاتصالية ومتغيراتها المختلفة والتي ينبغي تحديدها إداما أريد الوصول إلى النتائج المقنعة.
- إغفال بعض الأحداث السريعة التي قد تؤثر في صياغة أولويات الوسائل الاتصالية والجمهور معاً.
- التركيز على المواضيع المتخصصة والإبتعاد عن غيرها من المواضيع الموجهة الأغلبية الناس عبر الوسائل االاتصالية المختلفة.

وعلى الرغم من تلك الإنتقادات، إلا أن هذه النظرية أدت دوراً مهماً في تطوير المستويات الإدراكية لفعالية وسائل الاتصال، فضلاً عن تعزيزها لمعرفة ماهية تأثيراتها الإجتهاعية البعيدة

<sup>1</sup> صالح حليل أبو أصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات الماصرة، مصدر سابق، ص145.

<sup>2</sup> سطر .

عربال مهده مصنو سأبق م 275.

حسن عياد مكاوي وليل حسين السيادة معافر سابق، عن 298-299.

المدى، والتي وضعتها في مصاف النظريات الممتلكة لمغزئ قوي وأهمية بالعة للعلاقة الموجودة بين وسائل الاتصال من جهة، والجهاهير والنخب السياسية من جهة أخرى.

# المبحث الثالث المقدرة الإقناعية للإعلام المرثي

### غهيد;

يُعد الإقناع أحد المفاهيم التي أصبحت تأخذ دوراً كبيراً في التحليلات والكتابات في الوقت الراهن، ولا شك أنه يؤدي دوراً رئيسياً وحيوياً في حياة أي فرد، فلوالد في بيته يريد أن يُقنع الأسرة بوجهة نظره، والمسؤول في موقعه أياً كان يريد أن يُقنع المرؤوسين، والتاجر يحاول إقباع الزبائن، والتربوي يسعى لإقناع طلابه، والإعلامي يسعى لإقباع المتلقي، والسياسي يريد إقباع الجمهور بجدوئ سياسته وأهمية براجمه، ورجل العلاقات العامة يسعى لتسويق المتجات والحلمات لدى الجمهور المستهدف، لذا فإن الإقدع له دور رئيسي في الحياة إنطلاقاً من منظور أن الحياة ميدان للاتصال، والاتصال عملية إنسانية وحياتية ذات جانب إجتماعي ونفسي ولا تستقيم الحياة الإجتماعية وتكتمل إلا بها، ويأتي الإقدع ليضطلع بالدور الرئيس والمهم في العملية الاتصالية، إذ أنه يتم من خلال جهود متنابعة تستهدف استهالة العقل والعاطفة أو أحدهما لدئ الفرد بطريقة غير مباشرة، وبذلك فالإقدع يستوجب التخطيط المسبق والوقت والجهد للتغلب على عوائق تحقيق أهدافه.

### مفهوم الإقناع:

### أولاً: المفهوم اللغوي:

بعد إرجاع كلمة الإقناع إلى مصدرها (قنع) نجدها تعني "مال"، أي توجه برغبته نحو الشيء، واقتنع وقنع بالفكرة أو الرأي، أي أطمأن إليه ورضي به، وتأخذ كلمة القانع معنى الراضي؛ والقناعة: الرضا بالقسم، وبابه سلم فهو قنع وقنوع، وأقنعه الشيء أي أرضه الاستخدام الأخير هو الأقرب إلى مفهوم الإقتاع المقصود هناً.

<sup>1</sup> المجم الوسيف الجرم الثاني، دار الفكر ، الفاهر قد ص763.

<sup>2</sup> عبد بن أي بكر بن عبد القادر الرازي، غنار الصحاح، تحقيق: عمود خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415هـ بادة (تنع) 1/ 231

### ثانياً: المفهوم الإصطلاحي:

هناك الكثير من التعريفات العلمية للإقناع، نذكر منها":

- استخدام المتحدث أو الكاتب للألفاظ والاشارات التي يمكن أن تؤثر في تعيير الإتجاهات والميول والسلوكيات.
  - عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف.

ويعرفه ابراهيم امام: "أن يصبح السامع لك وقد أقتنع بفكرتك، لا بأعتبرها فكرتك أنت، ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به، والتي أنبثقت من داخل نفسه، وكان لك فضل إثارتها وتحريكها والكشف عنها".

وقد حدد (بينجوس) الإقناع على أنه "محاولة مقصودة من المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال نقل بعض الرسائل.

وبذلك يسعن الإقباع للتأثير في الآخر بشكل عام أو جزئي سواء كان ذلك في الفكر والسلوك أو في أحدهما؛ وفي هذه الحالة لابد من وضع وتطوير أستراتيجيات براها القديم بعملية الإقناع مناسبة للتأثير في الطرف الآخر وإقناعه بها يريد، فبعض الأشخاص أو الجهاهير يسهل إقناعها، وأخرى تصعب عملية إقناعها، وهناك فئة وسط تقع بين هاتين الفئتين، وكل واحدة من هذه الفئات تحتاج لأستراتيجية مناسبة لها لكي يتم تحقيق الهذف المنشود من العملية الإقناعية.

ويختلف مفهوم الإقناع عن مفهوم التأثير والذي هو أعم من الإقناع، إذ يعني التأثير في المنعة: "إبقاء الأثر في الشيء، وأثر في الشيء: ترك فيه أثراً"؛ وبالنظر إلى

<sup>1</sup> على مرعوث، الانصال الإقاعي، عاصرات القيت على طلبة فسم العلاقات العامة، كليه الإعلام، جامعة الاقصى، 2005، ص6.

<sup>2</sup> ابراهيم امام، الإعلام الإسلامي، مكتبة المعربة، القاهرة، ب.ت، حر57

<sup>3</sup> سن معيد معديدي وسلوى إمام على الإعلام والمجتمع الدار الصرية اللينائيه القامرة، 2005 من 70 .

<sup>4</sup> محمد من أبي مكر من عبد الفادر الوازي، هنار الصحاح، مصدر سابق، مادة (أثر) 1/1.

الإستقراء اللعوي والأستخدام الواقعي للإقناع والتأثير، نلاحظ أن هناك جواب أشتر اك وإختلاف بينهما، إذ يقع الإقناع في الفكر والعاطفة (القيول، الرضا، الأطمئنان)، أم التأثير ففي الغالب يمكن ملاحظته في السلوك (الإتيان أو الترك)؛ إضافة إلى أن الإقناع والقناعة قد يؤدي إنى التأثير.

### مراحل حدوث عملية الإقناع:

بذكر عالر النفس الإجتماعي (William McGuire) منت خطوات لإحداث عملية الإقناع تتمثل في الآي:

- أسلوب التقديم: لا يمكن إقناع شخص ما بشيء إلا إذا كان في المكان المناسب وفي الوقت الملائم لإدراك الرسالة.
- الحضور: لابد من حضور المتلقي ومشاهدته للرسالة، أي أن يوليها إنتباهه إذا كنا نأمل في إقناعه.
- الإدراك والفهم: أي أستخدام رموز الرسالة التي يتمكن الجمهور من إدراكها وإستيعبها، وإلا فأن الرسالة مصيرها الفشل في تحقيق أمداف الاتصال.
- 4) التسليم: أن المتلقي يتلقئ الرسالة ولكه لا يستسلم لها، فالاتصال يتم ولكن الإقناع
   لا يحدث، وهنا يجب أن يكون لدئ الجمهور المتلقي رغبة للخضوع والاستسلام للرسالة.
- 5) التذكر: ليس كافياً إرسال الرسالة ولكن الإبد من احتفاظ الجمهور بها لفترة كافية يتم فيه حدوث العمل المرغوب فيه، إذ أن التكرار المتواصل للرسالة ضروري لتعزيز الموقف المتخذ حتى يقوم الفرد بمهارسته عملياً.
- 6) العمل: قد لا تكون عملية الإقناع على درجة من المتانة تدفع المتلقي إلى ممارستها عملياً
   والعمل بموجبها .

1 دوح بيوسوم ويوب كاريق الكتابة للعلاقات العمة (الشكل والأسلوب)، ب° د اقايد وياح، دار الكتاب الحَلَمي، فلسطي، عرة، 2003، ص87-89 لذا لابد من أخذ كل هذه المراحل بعين الأعتبار عند تصميم الرسائل الإقاعية، ولأساليب الملائمة لبعض المراحل قد تكون عقيمة ودون جلوئ للبعض الآحر، إذ أن أدراك الرسالة الإقناعية ليس بمثابة عملية سلبية، إذ أن المستقبل يكون نشطاً في عملية الاستقبال مثله مثل المصدر اثناء عملية عملية الارسال، إذ أن معتقدات وانجهات المستقبل تكون بمثابة عوامل وسيطة تتوسط الطريق الذي تُستقبل الرسالة من خلال، وقد أثبتت الدراسات أن عملية التأثير تتوقف على عناصر كثيرة بعضها تستطيع وسائل الإعلام أن تسيطر عليه، وبعضها لا يخضع لسيطرتها.

### الإقناع ودوره في العملية الاتصالية:

يعد الإقناع نعطاً خاصاً من أنهاط الاتصال، وقضية متابعة العمليات التأثيرية للاتصال الجهاهيري على المتلقي، تعد قضية غامضة إلى حد ما، وهي تتناسب طردياً مع حجم المشكل لطبيعة الاتصال الجهاهيري نفسه، ودور وسائل الاتصال وتأثيره عنى تشكيل الرأي العام مهم وحساس، إذ تأخذ على عاتقها العديد من المسؤوليات بالغة الأهمية تتمثل في (العرض والشرح والتفسير والتوجيه) لمجمل الأمور والأشكليات الفعلة والمهمة محلياً أو عالمياً، وبذلك فإن ما تقدمه وسائل الاتصال من المعارف والمعلومات المتنوعة للمتلقي، والتي تُنمي وتُقَمِل عمليات الفرد الإدراكية، تؤدي في النهاية إلى تأسيس آراء وأفكار وإتجاهات جديدة، خصوصاً للقضايا التي لم يُكون الجمهور النهاية إلى تأسيس آراء وأفكار وإتجاهات جديدة، خصوصاً للقضايا التي لم يُكون الجمهور توصير الأفكار للآخرين، ومن ثم تقديرهم لها أو إهمالهم؛ ولاشك في أن الإقناع قيمة توصير الأفكار للآخرين، ومن ثم تقديرهم لها أو إهمالهم؛ ولاشك في أن الإقناع قيمة

<sup>1</sup> مروق حلم، الإعلام الدرتي والمولة الجديدة، دار أسامة للشر والتوريع، الأردي، 2011، ص152.

<sup>2</sup> غريرة عبده مصغر سابق ص 27

<sup>3</sup> عصام سليان الموسى، الملاخل في الأنصال الجياهيري، مصفو سابق، سي123.

مهمة أيضاً يحتاجها كل الذين يخاطبون عقول الناس وأفكارهم ويرتجون جذب ميولهم تحاه تعديل سلوكهم نحو هدف مرجو.

وتتم العملية الاتصالية من خلال الأركان والمكونات الرئيسية لها التي بدورها تؤدي إلى العملية الإقناعية، هذه المكونات هي المصدر والرسالة الإعلامية والوسيلة الإعلامية والجمهور المستهدف.

والذي يهمنا من أركان العملية الاتصالية عنصر الرسالة وماهي السيات الإقدعية لها؛ فالرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي، والإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل، بعضها يتسم بالخصوصية مثل الحركة والإيهاءة والإشارة والابتسامة والنظر؛ ويعضها الآخر يتسم بالعمومية مثل الندوات والمحاضرات ورسائل الصحف والمجلات والراديو والتلفاز والسينها؛ وبعض الرسائل يتم نقلها بقصد، ورسائل أخرئ يتم التعرض لها بالمصادقة، وكلها كان هناك تفاعل وفهم مشترك بين المرسل والمتلقي قد ذلك إلى فقالية الرسالة؛ ومن شروط الرسالة الإعلامية أنها بجب أن تكون سهلة وبسيطة وواضحة ومؤثرة ومنظمة، وأن يجاول المصدر من خلالها أستهائة العقل والعطفة معا للجمهور المشهدف، ويبدد نخاوفهم.

ويجبع الكثير من الباحثين والمتخصصين في العلوم الإجتماعية عموماً وعلم الاتصال خصوصاً على أن سمة العصر الذي نعيشه أنه عصر الإعلام والمعلوماتية، فلقد ملأت وسائل الإعلام المختلفة حياة الناس، وبات الإنسان يتنفس هواء الرسائل الإعلامية بُكرة وعشياً وليس في مجتمعات معينة دون غيرها ولا لبيئات محددة دون سواها، مل إن ذلك قاسم مشترك بين المجتمعات كافة، مع إختلاف يسير في نسة التعرض للرسائل الإعلامية بحسب تقلم المجتمعات أو تخلفها.

<sup>1</sup> حس عهد مكاوي وليل حسين السيد، مصدر سابق، ص48-49.

وتكون فاعلية وسائل الاتصال الجهاهيري في عمليات دعم الآراء أوفر حظاً بلنجح بما تكون عليها في عمليات التغيير أو التعديل على الآراء، ذلك لتجذر الإنجاهت المسبقة لدى الجمهور، والتي تتمثل في الإجراءات الإنتقائية، أي (التعرض والإدراك والتذكر)، إذ يختار وسيلته الاتصالية المفضلة، ويقسر الرسالة الموجه إليه من قبل الوسائل المتنقضة مع إتجاهاته كها يتمنى، فضلاً عن تذكرها للأفكار المتجاوبة مع آرائه المتأصلة فقطا.

ويرئ العديد من الباحثين أنّ الفرضيات الترتيبية الأولويات الأهتهام معي إلا إحدى المحاولات المعرفية الإدراك ماهيات الواقع الذي تعرضه وسائل الاتصال الجهاهيري، والتي تركز فكرتها الأساسية على وجود معادلة بنيوية متراصة الصفوف بين أساليب عرض المادة الاتصالية لتلك الوسائل من جهة، والمهارسات الترتيبية الأهمية هذه المواد لدئ المتعرضين لها من جهة أحرى، مستندة على الحقيقة القائلة بوجود علاقة طردية بين محرسات المتلقي التعرضية لوسائل الاتصال الجهاهيري وإمكانياته الإستيعابية لمادة الاتصال، فضلاً عن تأسيس تصوراته العلاجية للمشاكل المترتبة على تلقيه لتلك المواد وعنويات، ومن هنا يبرز دور وسائل الاتصال في المهارسات الترتيبية الأولويات أهتهام المتلقي والذي يدل على وجود مستويات تأثيرية مختلفة، ومنها السياسية، لوسائل الاتصال.

وتبعاً لهذا فإن المتلقي لا يتعلم من وسائل الاتصال معاني مضامين القضايا وتداعيت وكيفية قراءتها فحسب، وإنها يتعرف أهميتها أيضاً، وفقاً لما تلقاه من قبل وسائل الاتصال، أي أن القائمين بالاتصال يهارسون دوراً بالغ الأهمية في التغيير المعرفي للناس،

<sup>1</sup> حس عهد مكاري، الاتصال وطرياته للعاصرة، الدار المعرية اللتانية، القاهرة، 1998، ص398.

<sup>2</sup> أحمد مدر، الانتصال مالجهاهم بين الإعلام والتعلويع والتسبة، دار قباء للنشر والتوريع، القاهرة، 1998، ص76

<sup>3</sup> غريرة عندمصلر سابق، س104-105

فضلاً عن صياغة وتنظيم أسلوب حياتهم الإجتهاعية بإفرازاتها المختلفة عقلياً عندم يختارون ويعرصون ويرتبون أولويات الناس وتفاصيلها كها يشأؤون؟ أي أب قادرة على التركيز على مسألة معينة وإبرازها في الوقت الذي ياستطاعتها التغاضي عنه وتعتيمه إعلامياً، وتبعاً لحذا فالقضايا البارزة إعلامياً تستقطب الناس وأهتهاماتهم على حساب القضايا التي يتم تعتيمها إعلامياً، والتي لا يُعيرها الناس أي أهتهام يذكر لجهلهم بها، إلا أن عملية تسليط الضوء على قضايا معينة وتعتيم البقية منها، مسألة خاضعة لتقديرات أن عملية تسليط الضوء على قضايا معينة وتعتيم البقية منها، مسألة خاضعة لإعتبارات متعددة مثل (مصدر المعلومات وعلاقة القائمين بالاتصال بالنخب المسيطرة)، والذي يُخشي منه بهذا الصدد، أي في قيام تلك المصادر بتحديد أولويات الجمهور عن طريق القائمين بالاتصال، هو تركيز تلك المصادر على ما يفيدهم شخصياً أو فئوياً وعدم أخذ ما يفيد بالمجتمع في الحسبان.

وهدك العديد من المتغيرات التي تؤدي دوراً مهاً في قوة وضعف التأثيرات التي تحدثه وسائل الاتصال الجاهيري، فطبيعة التعرض وحجمه وحالات الإستعداد النفسي للمتلقي والقضايا المثارة ودرجة نفوذ الوسيلة الإعلامية ومرجعية المتلقي المعوفية ودور قادة الرأي، فضلاً عن عواسل أخرى كثيرة، ينبه الكثير من الباحثين بعدم الإنسياق وراء المبلغة في الطاقة السحرية الإستلابية لتلك الوسائل في تأثيرها على أذهان الناس والسيطرة على عقوهم'؛ أي أن وسائل الإعلام تعمل وبساطة ومن أجل تحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير والإقناع فإنها تعمل على ترتيب قائمة الأهتهامات لدى الأفراد أي ترتيب الآراء والأفكار في إطار من القيم والمعارف بشكل متوافق وإستبعاد المتنافر منها بشكل يُقدم

<sup>1</sup> دوريس أيه جريس، منطة وسائط الإعلام في السياسة، ت. أسعد أبو لمعقد طر البشير للنشر والتوريع، عيّان، 1997، ص107 2 عصام سليمان، لموسيء للدخل في الاتصال الجيهميري، مصدر سابق، ص181.

<sup>3</sup> أحد بدر ؛ ولاتصال بالحياهير بين الإعلام والتطويع والتحدة مصدر سابق، ص77.

القصاير والمعلومات والموضوعات السياسية في إطار متهاسك عن طريق عرص يقوم على الدقة والوضوح للحقائق مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضايا فتُعبر بوضوح عن الواقع السياسي وتعكسه بدقة وتهتم بالتنشئة السياسية والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والدفاع عنها وتحقيق التكامل بين جماعات المجتمع المختلفة .

ويعتقد عدد من الباحثين في مجال علوم الاتصال بأنه كلها كان مستوى التوافق بين عدصر المهارسة الاتصالية، أي (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، رجع الصدى) متقدماً، كانت درجة تحقيق الهدف من الاتصال أفضل، إذ يُعد تجسيداً لفهم المرسل لهدف الاتصال الذي يقوم به والمؤدي لفهم رسالته ووسيلتها المناسبة التي توفر له التحكم والقدرة الإستخدامية الواضحة لها، علاوة على المدى التوافقي بين ثلاثية (الرسالة والوسيلة والمستقبل)، من هنا ويحدوث هذا التوافق الرباعي، أي التوافق بين (المرسر، المرسالة، الوسيلة، المستقبل) يتجسد التأثير المنتج لرد الفعل المؤدي إلى التحول الموقعي للمتلقى والمرسل معاً، أي تحول المتلقى إلى مرسل والمرسل إلى متلقى.

### عملية الإقناع في الإعلام المرثى:

إذا كان تعرض الأفراد لوسائل الإعلام يتفاوت بحسب طبيعة الوسيلة الإعلامية وسهاته وخصائصها، فإن المتخصصين في الإعلام يتفقون على أن التلفاز يأتي في طليعة الوسائل الإعلامية التي تحظى بقاعدة جماهيرية عريضة بين شرائح المجتمع المختلفة، نظراً للخصائص العديدة التي تميز بها عن باقي الوسائل الإعلامية، والتي تجعل منه عنصر تشويق وجذب لجميع الأفراد على إختلاف أعهارهم وثقافتهم؛ ومع سياسة الفضاء المفتوح يزداد التنافس على إمتلاك المعلومة والسيطرة على فضاء الإعلام، والتأثير في

<sup>1</sup> عربرة عنده الصفر السان، ص72.

<sup>2</sup> عمد حاسم مسيء العلاقات العلمة والرأي العام، مصدر سابق.

الجمهور، فنجد دولاً ومؤسسات تتنافس ويضراوة لريادة هذا القطاع والذي أصبح سمة العصر .

وتختلف القدرة الإقناعية لكل وسيلة إعلامية طبقاً لعدد من المتغيرات تتمثل في طبيعة الموضوعات، والجمهور المستهدف، والمهارات والقدرات الشخصية المطلوبة لاستخدام الوسيلة الملائمة لتوصيل الرسالة الإعلامية، ومقدرة وسيلة الإعلام المستخدمة على جعل محتوى الرسالة الإعلامية حيوي وجذاب وواقعي.

ويمكن تعريف عملية التأثير والإقناع عبر شاشة التلفاز، على إنها دمج لفتون الصوت والصورة وبراعة صياغة النص في عمل فني ذي سيناريو محكم، يعمل على تنفيذه فريق عمل، يعمل على خاطبة عقل وإحساس المشاهد بلغة متوازنة تجمع بين المنطق والمعاطفة في إيصال الرسالة للجمهور، ليترك لديهم إنطباعاً قوياً ويحفزهم لتغيير أو تعزيز موقف معين؛ وهذا الناثير قد يكون إيجابياً أو صلبياً، والذي قد يتم والمشاهد في حالة وعي وإدراك، وقد يكون في حالة اللاوعي، إذ تكون حالة الإستقبال العقلية للمشاهد هي أهم عمل يؤثر على المتفاوت في إستقبال الرسالة بشكل واضح، وبذلك فإن معرفة سيكولوجية التأثير على المشاهد وكيفينها لمن لديه فكرة يود الكتابة فيها أو إعدادها أو إخراجها تلفرياً، سبسهم في إتمام عملية الانصال بنجاح والوصول إلى إحساس وعقل المشاهد.

وبذلك يكون النلفاز إمتداداً للبصر، إذ يتمتع التلفاز بتقنيات إغراء ووصول إلى المتلقي لا تُقاوم، وهو يختلف عن أيّة وسيلة اتصالية أخرى بأنه (بنفرد بالأستخدام غير الإنتقائي من قِمل الجمهور، والمتلقين يتأثرون بالمضمون التلفازي بشكل غير واعٍ)، ومن الواضح أن المتلقي قد يلجأ إلى وسائل الاتصال لإزالة حالة الغموض التي تصدفه أو

<sup>1</sup> دررق حالسمصدر سابق، س155.

<sup>2</sup> ييس عبد الخليم نصار، 1-13-http://ayman-nassar.maktoobblog.com/?archive=2008-01

نتيحة لنقص المعلومات، إذ يتفوق التلفاز في ظل ثورة الاتصال على الوسائل الاتصالية الأخرى ودلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يصاحبها من تحليل للحدث مم يساعد في زيادة إدراك الجمهور المتلقي وتحقيق إشباعاته عن طريق الإعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة.

ويتم إيجاد حالة من تركيز أنتباه القرد وجذبه وإثارة أهتهامه ومن ثم شغل تفكيره فينفعل بالرسالة ويتفاعل معها مما قد يصل به في النهاية إلى الإقتناع بالرسالة الإعلامية الموجهة له، وهذه العملية تدعو الفرد إلى التقود على وسائل الإعلام، وهو الأمر الذي يتحول بالفرد من نمط التعليم الذهني إلى نمط البحث عن الإعلام عن طريق وسائل الإعلام، ومهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الاتصالية فإن المضمون الإعلامي أو الرسالة يجب أن تُصاغ وتُقدم وفق خصوصية وطبعة كل مجتمع وإلا قوبلت بالرفض.

وقد أصبح التلفاز في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية المهيمنة التي يستخلمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيسي وموثوق للمعلومات العامة، ويحرص السيسبون على إبقاء تبعية التلفاز بشكل أو بآخر تحت هيمنتهم لقدرته الإقناعية في الفيام بدور التغيير والتحويل في المجتمعات رغم إختلاف درجة تأثيره من مجتمع إلى آخر، لكن نما يزيد من أهمية التلفاز على صعيد المجال السياسي، أن أغلبية الحكومات لا تستطيع أن تعتمد الوسائل القديمة والقسرية وحدها كالقوة العسكرية مثلاً بمعزل عن وسدل الإعلام والتلفاز في مقدمتها، فهي (أي الحكومات) تميل إلى أساليب الإقباع والتأثير النفسي في أوساط الجهاهير المستهدفة بسبب ترابط العملية السياسية والعملية الاتصالية، فكلا النظامين يتأثر بالآخر، فمن يستحوذ على السلطة يسعى حاهداً للسيطرة على وسائل الاتصال الجهاهيرية لتحقيق أهدافه؛ وهذا ما سعت إليه الكثير من السلطات

<sup>1</sup> عريرة عبده مصدر سابق، ص73.

<sup>2</sup> عمد حمدان المساحق، الانصال السياسي، عيان، دار واتل للنشر، 1986، ص37.

السياسية في بلدان العالر إلى الهيمنة على وسائل إنتاج المعرفة وتكييفها حسب أفكرها وخطه الايديولوجي بشكل مباشر أو غير مباشرا، وهذا ما حدث فعلاً فقد أستعلت الأنظمة السياسية الحديثة الإعلام وعملت على توظيف طاقاته لحدمة أهدافها السياسية الحصة والعامة، وقد أدى هذا الإهتهام العالمي بالإعلام ووسائله إلى السيطرة والتحكم بالحطب الإعلامي وجعله صناعه متقدمة.

وبشكر عام فأن تطور وسائل الإعلام وتعددها جعل من المضروري الأهتام بها ودراستها لمعرفة مدئ تأثيرها وإبراز قدراتها، إذ دلّت نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية على أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقتاع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، كها أشارت تلك الدراسات والأبحاث إلى أن الإمكانات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى (أي حسب المرضوع) ووفقاً للجمهور الذي توجه اليه؛ أي بمعنى أن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بحيوية أكبر وواقعية قد يزيدمن تأثير تلك الوسيلة وإذا كانت درجة الثقة الذي يضعها المفرد في الوسيلة تؤثر في فاعليتها وعلى إيهان المفرد بالمعلومات والآراء والتفسيرات التي تنقلها وإذا كانت الوسائل تختلف في درجة الثقة فيها تقدمه يمكن أن نتوقع وجود إختلافات بين الوسائل من ناحية فاعليتها وبالنتيجة النهائية في قدرتها الإقناعية وهذا يتضح أكثر في العديد من البرامج والأفكار التي نستوردها اليوم من الحارج ونستسخها بالمعايير نفسها، والتي تبدو أنها قد دُرست بعناية شديدة جداً للوصول بالمشاهد إلى التأثير المطلوب إيجابياً كان أم سلبياً، أتفقنا معها أم أختلف، وذلك لتحقيق أهدافي معينة، ولقد أصبح اليوم التأثير في المشاهد بشكل مكثف، ومن الأمور

I حيده سميسم، مظرية الراي العام. مدخل، مصدر سابق، ص64

<sup>2</sup> عبد المشر حواد، المعه الإعلامية (دراسة في صناعه المنصوص الإعلامية وتحليلها)، دار الملال لملترجة، الأردن، 1998، ص149 3 جيهان أحمد رشتى، الأسس العلمية لتظريات الإعلام، مصدر سابق، ص364

المُسَرة، خاصة لمن توغل في فهم خيايا النفس البشرية وعمل على فهم العلاقة بين العقل ومكتونات نفس الإنسان، ومن ثمَّ ستكون اللغة لمخاطبة المُشاهد عبر البرامج المختلفة هي اللغة التي تفهمها هذه النفس؛ أي أنها تمثل برعجة غير مباشرة لللماغ ومحاولة للسيطرة على من تهاوت نفسه وفرغ عقله، ومع هذا يجب أن نعلم أن عقل الإنسال مارال هو الحكم لكل ما يرد على مسرح العقل الإنساني من أفكار، فقد يقبل أو يرفض أي مؤثر يتعرض له.

ومهما يكن من أمر فإن القنوات الفضائية بأعتبارها وسيلة العصر هي سلاح ذو حدين، ذخيرته الأساسية هي المعلومات، وما أثبتته لنا شبكة (CNN) في حرب الخليج الثانية عام 1990 ليس عنا بيعيد، إذ أثبتت مقولة أن الإعلام هو الذي يتولى مقاليد الأمور في العالم حالياً، وأن من يملك وسيلة إعلام مؤثرة يشارك في الحكم محلياً وعالمياً بقدر تأثير وسيلته؛ إلى جانب أن البث الفضائي قد أسهم في إبراز قضايا إقتصادية وسيسية على حساب قضايا أخرى قد تكون أهم منها عند من يوجه لهم (أي الجمهور) وهم في غفلة مع مقتضيات ذلك من توجيه للرأي العام سياسياً وإستهلاكياً حسب رؤية المسيطرين على هذه القنوات الفضائية.

وبما تقدم يمكن القول، إن أي حديث حول قياس التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام وخصوصاً التلفاز في أوساط المتلفين، يجب أن يأخذ بنظر الأعتبار أموراً ثلاثة هي: (الجمهور، الرسالة، التوزيع)؛ ومن البديهيات المتعلقة بالجمهور فهناك شرط أساسي وواضح وهو الوصول إلى جمهور كبير إذا ما أريد الوصول إلى الجمهور المستهدف بالرسلة بعية إحداث التأثير المطلوب، وأن تكون الرسالة متوافقة مع ميول الجمهور ويرتبط دلك بضرورة الإتساق مع الأعراف السائلة في المجتمع وثقافة الفرد المستهدف لكي لا تكون هناك معارضة ولكي تكون مفهومة، وإذا ما سلّما أن المضمون الإعلامي

<sup>1</sup> ييس هند الحليم تصاره مصفو سابق.

المرئي إداما تم تقديمه بشكل مدروس وموجه إلى الفئات المستهدفة بها يتلاءم مع كيفية فهمها وطريقة استيعابها، فأن هناك إحتهالاً كبيراً في أن تؤدي المعلومات الني يتلقاه الجمهور إلى إيجاد استجابات جماعية واسعة، وبالتالي يكون تأثير التلفاز الإقناعي أكثر من بقية وسائل الإعلام الأخرى من خلال خصائصه التي تجمع بين المصوت والصورة والحركة والألوان.

وفي عصرنا الحديث ومع التعلور المتسارع والمستمر للأقهار الصدعية في مجال الإرسال والاستقبال، أصبحت الفنوات الفضائية حقيقة لا يمكن تجاهلها على الرغم من أحتدام النقش حول آثارها؛ وسعياً وراء مواكبة عصر البث الفضائي والتأفلم مع اقتصاد السوق، أضطرت الأقطار العربية ومن ضمنها العراق إلى تجاوز نظام الأمتياز وأحتكر البث الإذاعي والتلفازي تاركة للقطاع الخاص العمل في هذا المجال، فظهرت إلى الوجود فضئيات تابعة للحكومات من حيث التأسيس لكنها تتمتع بأستقلالية كاملة على أصعدة رسم السياسات والحطط والتنفيذ البرامي والمالي، وأخرى تعود إلى قطاع خاص يقوده رجل مل وأعيال؛ وفي كلا الحالتين كان الهم الأول ليس ما يتم تقديمه إلى المشاهد وإنه حساب مقدار الربحية التي تجنبها هذه الفضائيات والتي ركز معظمها على الجوانب المرتبطة بالتسلية والترفيه معتمدة في ذلك على المستورد الفني الأجنبي هرباً من تكلفة الإنتاج، ولم تشدد هذه الفضائيات على مضمون هذا المستورد وفيها إذا كان يتضمن التحريض على أرتكاب الأفعال غير المشروعة قانوناً أو يشكل تجاوزاً على أعراف وتقاليد المتحريض على أرتكاب الأفعال غير المشروعة قانوناً أو يشكل تجاوزاً على أعراف وتقاليد المجتمع أو إنه يروج لمفاهيم تمثل أعتداء على كرامة الفرد.

خصوصاً أن النلفاز في المجتمعات الغربية وبشكل خاص في الولايات المتحدة الأمريكية وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين في حين أصبحت الوسائل الأخرى تنجه إلى جماهير متخصصة، ومن يتابع المناظرات الرئاسية ودور التلفاز

<sup>1</sup> ليل عبد المحيد، المشريعات الإعلامية، ولاء القامرة، 1997، ص12

وقدرته الفائقة في الإقناع يدرك تماماً لماذا كل هذا الأهتهام ينصب على تلك الوسيلة لتحقيق الأثر المطلوب في نفوس الرأي العام؛ ويذلك ندرك سبب تهافت الجميع سواء من السيسيين وغيرهم للسيطرة عليه وندرك أيضاً أن لوساتل الإعلام الأمريكية وفي مقلمته التلفار قوة أكبر من قوة الدولة؛ لذا فأن التلفاز ويفضل ظروقه الجديدة وفي تجاوزه الحدود السيسية أصبح قوة ذات فاعلية سياسية بصفته مصدراً لتكوين أنطباعات السومعاييرهم ووجهات نظرهم السياسية، فقد غير وجه الحياة السياسية وعدل أسلوب حياة الناس والعادات اليومية؛ لذلك فقد حظي التلفاز بثقة مشاهديه وتصديقهم له، لأن المصورة من الوسائل التي قلها يرقئ إليها الشك، وحينا ترتبط الصورة بالحركة والصوت فأن ذلك أكثر مدعة للثقة ويوسع النلفاز التركيز على التفاصيل نما يزيد قدرته عن الإقدع، لأن آلة التصوير تلتقط الصورة لشخص أو للطبيعة كها هي أمامها وهذا ما يعزز القدرة الإقناعية للتلفاز؛ كها أكدت دراسات وبحوث أخرى ضمن هذا المجل إن القدرة اللون في التلفاز يزيد هو الآخر من درجة مقدرته على الإقناع كها تزيد فعاليته في استخدم اللون في التلفاز يزيد هو الآخر من درجة مقدرته على الإقناع كها تزيد فعاليته في الناثير على الشاهدين لاسيها الأقل تعلياً والأكثر فقراً بسبب جاذبية الصورة المؤنة.

ومع نطور تقنيات الصورة التلفزيونية ومهارات العاملين عليها أصبحت تقدم بأساليب علمية منظمة تخدم أولويات الساسة، فمقولة "الصورة لا تكذب" قد سقطت وقد تطورت أساليب "الكذب" وأشكاله، وبات مؤكداً أن الصورة التلفازية لا تقدم الواقع كما هو (الواقعي) فالصورة التلفازية المعاصرة منهمكة في صنع وتقديم وترسيخ (واقعه) المناسب لتحقيق مشروعها، وفي أستخدام إكتشافات علم النفس الإعلامي المعصر (وخاصة نظريات التأثير والمداخل الإقناعية) لمدفع المتلقي عبر النقل البصري

<sup>1</sup> مادي سمان الحيمي، الاتصال التضريوني الفضائي الدولي الوافد واحتيالات تائم ، السياسي في الوطن العربي، نجمة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العرمة، يربوت، المستة 18، ع-205، 1996، ص151.

<sup>2</sup> م دي هنورس وبال رو كأخ، طريات الإعلام، مصدر سايق، ص255

الغزير والمتنوع والجذاب، للأستغراق في هذا (الواقع) التلفازي والتفاعل مع قيمه ونهاذجه ومعاييره؛ وفيها يخص الحركة، فالتلفاز يعدمن وسائل الإعلام المنميرة في أعطء الحركية للأشياء سواء كانت ثابتة أم متحركة نما يزيد من فاعلية التأثير على مختلف المجالات التي يعرضها.

ومن هنا نستطيع أن ندوك حجم العلاقة الجميمية والجدلية بين الموضوعات التي تبرزه وسائل الإعلام وبين تصاعد الأهتهام بالرأي العام تجاه تلك الموضوعات مما يعني وبكل وضوح أن تلك الوسائل باتت تؤدي أدواراً بميزة في لفت أنتباه الرأي العام عن طريق تركيزها على موضوعات بذاتها في إطار تلك الوسائل التي تعمل جاهدة من أجل إبراز وعرض وقائع الحياة والقضايا التي تهم الرأي العام.

ونجد التلفاز يكاد يكون أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في الرأي العم كقوة إقنع وتشكيل، فهو وعبر برامجه ومضامين رسائله يعمل على تعديل الإنجاهات وتغييرها في أحيان أخرى لدى الجمهور المتابع والرأي العام، فالعرض التلفازي يدفع الجمهور إلى الإندماج بالواقع الذي يخلقه التلفاز بما يدفع هذا الجمهور إلى إتخاذ حكم وقرار معين وأكبر دليل عن ذلك المقابلات التلفازية بين المرشحين الأمريكيين لمنصب الرئاسة في الحملات الإنتخبية تكون تلك المقابلات ذات تأثير حاسم في إختيار المرشح وفير أن من الحملات الإنتخبية تكون تلك المقابلات ذات تأثير حاسم في إختيار المرشح وغير أن من الحملات الإنتخبية وحدة من هذا الوسيط وخاصة أن صانعي السياسة لا يستطيعون إفتراض أن التلفاز وحده سوف يخلق جمهوراً متنوراً ومطلعاً، فالتلفاز يستطيع أن يوقظ أهتمامات الناس لكنه لم يصل بعد إلى القدرة على تعليمهم بشكل كامل وقد وجد أن

<sup>1</sup> أديب خضور، أرحة إعلام أم ازمة أنظمة، للكنية الإعلامية، دمش، 2003، من 72-73

<sup>2</sup> غريرة عبده مصدر سابق، ص139

<sup>3</sup> أوستن راني، مصدر سابي، ص105

<sup>4</sup> سيمون سيرتاني، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية؛ ت: عصد مصطفئ عيم، الجمعية الصرية لـشر للعرفة والثمان العالمية، العاهوف 1995، ص89

الخصد على المختلفة للرسائل نفسها لها اثر في مدئ إحتيالية حصول الإقناع، عير أن هناك عوامل عديدة تتدحل لتعقيد العلاقة بين خصائص الرسالة والتغيير في الموقف ومها نوع القضية المطروحة وطبيعة الجمهور نفسه، وهذا يعني أن الرسائل التي ينقلها التلفار بمكنه أن تقوم بدور مهم في تشكيل وعي الأفراد تجاه العديد من القضايا والموضوعات في مختلف جوانب الحياة وبها يسهم في تدعيم وصياغة رأي عام مشارك في عمليات التنمية في المجتمع.

والجدير بالذكر، أن دور التلفاز في التأثير على الجمهور ومن ثمَّ صنعة وتشكيل الرأي العام يختلف بإختلاف طبيعة النظام السياسي الذي يعيش فيه وحسب الظروف التي يحكمه كل نظم ومدئ ما يمكن أن يتمتع به التلفاز من حرية في تأدية وظائفه؛ فالتلفاز في المجتمعات الرأسيائية يهارس أدواراً متنوعة وأكبر على مختلف المستويات الحياتية منه في المجتمعات الاشتراكية وكذلك في الدول النامية التي يمثل التلفاز فيها جزء لا يتجزء من هيكلية النظم السياسي القائم ويعمل على نشر ما تريده النخب الحاكمة، لكن يبقى التلفز وكها أشار العديد من الباحثين أحد أكثر وسائل الاتصال الجهاهيري قدرة على أستقطاب الناس على مختلف مستوياتهم وميولهم وإنجاهاتهم وإثارة أهتهاماتهم وتشكيل آرائهم.

وبفضل القوة التي تمتلكها القنوات الفضائية، وهي قوة نابعة من إمكاناتها الضخمة في العمل والوصول والتأثير وأزدياد تعلق الناس بالأحداث في ظل الوضع الدولي المعقد والمتغير، فإن هذه الفضائيات تضع المجتمعات الحديثة، والأفراد فيها، أمام الكثير من التحديات، لمعل في مقدمتها إثارة الشكوك السياسية خصوصاً من نحية تقديمه لإحتالات متعددة للقضية الواحدة داخل التقرير الواحد، وتضع أمام الفرد وفرة اتصالية تصير عبئاً عليه وتدفع به نحو مواقف عيرة أو مربكة، وتتعمق هذه النتائج إذا علمنا أن التعرض المستمر للقنوات الفضائية، يؤدي إلى التقليل من عمق التفكير والتخيل، وتكوين الصور الذهنية من دون اللجوء إلى العقل بسبب جاهزية الصور على

الشاشة التي لا تحفز على تكوين التصورات والتخيلات، والإستسهال في الحصول على الإجابة فضلاً عن أنحسار فرص التفاعل الإجتماعي بعد تقلص أوقات التفاعل الأسري من جهة والتفاعل داخل المجتمع ومنظهاته ومؤسساته من جهة أخرى؛ ومع هذا فإن هماك دلائل تؤكد على أن سيكولوجية المشاهد، ومن ثمَّ التأثر بها يتم مُشاهدته وتغيير الرأي في ضوئها، هي أمر أكثر تعقيداً مما يتصوره الكثير من الأبحاث والدراست، والتفاعل بين الإرتباط المباشر بالمادة المعروضة على الشاشة وبين إدراك ووعي التلفاز كأسلوب وكالصال إنتقائي له غاياته، هو الذي ينظم العلاقة بين الشكل والمضمون التلفازيين وبين معرفة ومتعة المشاهدة.

<sup>1</sup> مددي معيان الحبيبية النقافة العربية أمام تحليات الفضائيات الواقلة، في كتاب. العولة واعوبيه، تحرير حسنتج حلس أبو أصبح واحرود، مسئورات جامعة فبلاطفيا - عياد، 1999، ص311 327.

<sup>2</sup> جوڻ کورس مصدر سابق سي35.

# الفصل الثالث القنوات الفضائية العراقية وأثرها في الجمهور العراقي

المبحث الأول: الاتصال ودوره السياسي في المجتمع

المبحث الثاني: ماهية الإعلام المرئي الفضائي العراقي

المبحث الثالث : الإعلام العراقي ودوره في تعزيز ديمقراطية الإنتخابات العراقية

## المبحث الأول

الاتصال ودوره السياسي في المجتمع

### تمهيد

يهارس الإعلام ووسائله دور الموسيط في الاتصال السياسي ويسهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل الجهاهير، فالتأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام يصعب ملاحظته مباشرة ولكنها تقع على الصورة التي يشكلها المرء داخل عقله والتي ربها تؤثر في سلوكه الطاهري فيها بعد؛ وتعد وسائل الإعلام مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضي التي تثير الساسة وصناع القرار، ولوسائل الإعلام قدرة في ترتيب أوليات الجهاهير،

وفي الأزمات السياسية والاقتصادية والعسكرية الغير طبيعية التي تمر بها المجتمعات تلجأ النخب السياسية إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام لإبراز وجهات نظرهم وآرائهم للتأثير على الرأي العام، وقد تكون تلك النخب تمثل المعرضة أو الحكومة، وهنا دور الإعلام يكون دور الوسيلة، إذ تنقل وجهات النظر السياسية المختلفة، وكللك الناس في تلك الازمات تهرع إلى وسائل الإعلام كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات حول تلك الاحداث والازمات وهذه الاحداث تعطي فرصة التنافس الإعلامي في تقديم المعلومات والأخبار التي ترقيل إلى مستوئ الحدث.

### العلاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية:

غرس وسائل الإعلام أدواراً عديدة في المجتمع منها ما هو إجتماعي ومنها مه سياسي، إذ يتمثل دورها الإجتماعي بها تقوم به من دور في التعليم والتثقيف والتوعية، بها تمثله من قوة مهمة وفعّالة ومؤثرة في شبكة العلاقات المجتمعية الحديثة؛ أم من حيث دوره السياسي، فتتعدد الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام في الحياة السياسية فهي تسهم في تزويد المتلقين بالحبرات السياسية التي عن طريقها يتشكل الرأي العام في المجتمع، لذلك تهتم الحكومات بتوظيف تلك الوسائل وفي مقدمتها التلقاز والإذاعة

بوصفهما قوات اتصال فقالة في أدامة صلتها بالجمهور من أنجل عرض وشرح سياستها وأهدافها بهدف كسب التأييد الشعبي لها".

إذ منذ ظهور الطباعة التي أسهمت تاريخياً في نهوض النظرية والمهارسة الديمقراطية حسب (Leo Bogart)، مروراً بالصحافة المكتوبة التي يراها (ولتر ليبهان) أداة للديمقراطية المبشرة، وكذا مع بروز الإذاعة التي كانت أهم وسائل الاتصال التي أستغلت في الحربين المعالميين للدعاية من قبل السياسيين، مروراً كذلك بالتلفاز الذي يمس أكثر من غيره من وسائل الاتصال الجهاهيري مختلف الفئات المتباعدة جماهيريا وجغرافيا، ولا يتقيد ببعض العوائق التي تواجهها الوسائل الأخرى كالصحافة المكتوبة، وصولاً إلى الأقهار الصناعية وشبكة الأنترنت التي تنقل المعلومات والأفكر ولا تتفيد بلحضود الإقليمية والجغرافية؛ إذ مع تطور كل هذه الوسائل والتي أطلق عليه البعض بلحدود الإقليمية والجغرافية؛ إذ مع تطور كل هذه الوسائل والتي أطلق عليه البعض أسم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، نحد أن عملية الاتصال تطورت هي كذلك، فلم نعد تنم هذه العملية بأستخدام وسائل الاتصال التقليدية كالخطبة مثلاً.

ونتج عن حاجة الإنسان للمعلومات السياسية وترابط النظم السياسية بالعمل الإعلامي، علاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية منذ أن أستطاع الإنسان التواصل مع العالم، فعلاقة السياسة بوسائل الإعلام علاقة قديمة جداً إنطلاقاً من اعتبر الإعلام هو الوجه الآخر للسياسة، فالمهارسة السياسية تقوم على تحقيق نوع من الاتصال بين رجل السياسة وبين الجمهور وهذا الاتصال يتحقق إلى حد كبير بواسطة وسائل الإعلام، فإذا كان السياسي يحدد القضية، فإن رجل الإعلام هو الذي يتونى مهمة إيصال هذه القضية إلى الجمهور عبر وسائل الإعلام وبأساليب مناسبة لللك فإن أي تخطيط

<sup>1</sup> وارد ك أجي، وسأتل الإعلام، ت: ميشيل تكان بان القامري 1994، ص74

<sup>2</sup> يعبل بودهان، وسائل الانصال وعلاقتها يعملية الانصال السياسي، جلة الافاعات العربية، تونس، ع3، 2009، ص-70- 71

سياسي لابد أن يرافقه تخطيط إعلامي؟ وبذلك تكون العلاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية وثيقة للغاية، فكلا النظامين يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان حجم التأثير الذي يهارسه النظام السياسي على الاتصال في البلدان النامية أكبر من تأثير نظام الاتصال على النظام السيامي.

وقد عرّف (Wolton) الاتصال السياسي بأنه: "المساحة العامة التي يتم فيه تبادل الحطابات المتناقضة لثلاثة فاعلين لديهم الشرعية للتعبير علناً عن السياسة وهم: رجال السياسة والصحافيون والرأي العام"؛ وأيضاً هو حسب عالم الإجتماع السياسي (Schwatzenberg): "المسار الذي تنقل عبره المعلومة السياسية من جزء إلى آخر من أجزاء النظام السياسي، وبين هذا النظام والنظام الإجتماعي، فهو مسار مستمر لتبادل المعلومات بين الأشخاص والجماعات على كل المستويات، وخصوصاً تبادل المعلومات بين المحكومين بالشكل الذي بضمن الاتفاق بينهما".

ويتولى الاتصال السياسي على المستوى المحلي وظيفة الإقتاع والتوجيه للجهاهير من أجل ترسيخ المبادئ وتتمثل وظيفته على المستوى العالمي في شرح أهداف دولته ومبادئها وتقديمها إلى المجتمع الدولي؟ كها وتبرز بصورة جلّية العلاقة بين علم الاتصال وعلم السياسة عبر المهارسة الإعلامية وطبيعة وظائف الاتصال، فالوظيفة السياسية للاتصال تقف في مقدمة المهام التي تتولى وسائل الإعلام القيام بها، فوسائل الاتصال تمثل مؤسسات السيادة في المجتمع المعاصر التي يجب أن تتكيف معها بقية مؤسسات المجتمع وتقوم هذه المؤسسات بمهمة تمثيل وجهة نظر الرأي العام في مواجهة الحكومة فهي تشكل

<sup>1</sup> صد السنار جواده إنج هات الإعلام العربي، دار الحربية للطباعة، بعداد، 1995، ص 44-45.

<sup>2</sup> بسيري الراهيم خادمه هور وسائل الاتصال في صبح القرارات في الوطن العربي، مصدر سابق، ص50

<sup>3</sup> بهويد القادري عسن، وراءة في ثقافة العصائيات العربية، مركز دواسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص162 م

<sup>4</sup> يامين مودهان ۽ مصطور صأبيء ص73.

<sup>5</sup> غريرة مستدمستر سابق، ص 124

الرأي العام عن طريق القضايا التي تهمه وتقوم بإعلام الحكومة بإتجاهات الرأي العام وهده الوظيفة هي العنصر الفعّال في العملية الديمقراطية".

وقد أهتم العديد من الباحثين والعلماء سواء في بجال الاتصال أو السياسة أو المجالات الأخرى بموضوع علاقة أستخدام وسائل الإعلام في السياسة والعلاقة الإرتبطية بين الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية، وعلى الرخم من إختلاف نتائج الدراسات وتضاربها إلا أنها تكاد تجمع على أن هناك دوراً ما لوسائل الاتصال الجماهيري في حث الجمهور ودفعه إلى القيام بالنشاط السياسي، بها لها من دور أيضاً في نقل وتبادل المعلومات والرسائل بين السياسين والمحكومين؛ وكما يقول (Almond) في مقولته الشهيرة عن علاقة الاتصال بالسياسة: "أن كل شيء في السياسة اتصال، فنظام الاتصال هو أحدى القنوات الرئيسية لتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير، وأيضاً لنقل مشاكل الجماهير وطموحاتهم وتصوراتهم إلى النخبة"؛ أما لنقل مشاكل الجماهير وطموحاتهم وتصوراتهم إلى النخبة"؛ أما أنقل مشاكل الجماهير وطموحاتهم وتصوراتهم إلى النخبة"؛ أما أنقل مشاكل الجماهير وطموحاتهم وتصوراتهم إلى النخبة"؛ أما أنقل مشاكل المجاهير وطموحاتهم وتصوراتهم إلى النخبة"؛ أما أنقل المناهدة بين ثنائية الاتصال والسياسة بقوله: "أننا إذا أدركنا السياسة كنظام فأن الاتصال هو المصب الذي يتحكم في هذا النظام".

ويرئ (كارل دويتش) أن الانصال بمثل عصب العملية السياسية، فهو يؤدي دوراً مهماً في خلق الانفاق والإجماع حول قيم سياسية أساسية ويُساعد على تحقيق تمسك المجتمع وتخطي الإختلافات الطائفية، ويغرس الشعور بالإنتهاء وتعميق الولاء فهو بذلك يكون بمثبة أداة تلقين جماعية إ فالاتصال يرتبط عضوياً بتكوين الفرد الإجتهاعي والسيسي وبمفاهيم الحرية والديمقراطية وأدواتها في نطاق الجهاعة مثل المشاركة

<sup>1</sup> تبسير أبو عرجه، دراسات في الصحافة والإعلام، دار جدلاوي للشر، الاردن، 2000، ص281.

<sup>2</sup> سيري براهيم حمادته استحدام وسائل الإعلام في السياسة؛ مركز المحوث والدراسات السياسية بالقاهرة، 1995، ص35

<sup>3</sup> مسيون الراعيم حادث دور وسأتل الإعلام في صنع القرارات في الوطن العربي، مصدر سأبي، ص 51.

<sup>4</sup> عمد جسم ملحي، الرظيف السياسية للتلفزيون، مصدر سابق، ص83.

والمناقشة والحوار والتعبير عن الرأي وإختيار أو إبداء الرأي في شكل النظم السياسي والمناقشة والحوار والتعبير عن الرأي وإختيار أو إبداء الرأي قود الجمهور إلى تشكيل الرأي العام على المستويات كافة.

وبهذا المعنى تكون وسائل الاتصال بمثابة المثير أو المنبه لكن عن طريق دور فعال للاتصال الجهاهيري وذلك عندما تتناولها بدقة وأهتهام وتصورها بشكل دراماتيكي مثير بهدف إثارة وتنبيه الجهاهير ودفعها إلى الأهتهام وتكوين وجهات نظر مُعلمة بشأب ليتكون في النهاية الرأي العام، إن هذا الدور للاتصال يشير إلى إمكانية صناعة الرأي العام وتوجيهه والتحكم في إتجاهاته، ولاشك أن النظم السياسية تأخذ في أعتبارها خطورة هذا الدور الفعّال لوسائل الاتصال الجهاهيرية.

ويمكن تلخيص المعلاقة بين الاتصال والسياسة في تحليل (Lasswell) لدور وسائل الاتصال في المجتمع السياسي، والذي يرئ فيه أن المجتمع يشبه الهرم، إذ يوجد الحكم وهم الصفوة في قمة الهرم، وهماهير الشعب في القاعدة، بينيا يوجد الخبراء والمتخصصون في الوسط بين القمة والقاعدة، وتجري عمليات الاتصال على أساس أن لكل أمة نظاماً سياسياً معيناً يتكون من الصفوة، وهم مسؤولون عن أصدار القرار والإشراف على موارد الدولة الإقتصادية والبشرية، ومن أجل تحقيق أهداف وبرامج الدولة تستخدم الصفوة الحاكمة وسائل الاتصال، ويرئ أن الخبراء المتخصصين هم الذين يقومون بعملية الاتصال بين الصفوة والفئات المحكومة، والعاملون في هذا المجال لهم دورهم في جذب الإنتباء العام نحو قضايا المجتمع.

<sup>1</sup> عمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي السلسلة الإعلامية - 3 ، معداد، 1984، ص 15

<sup>2</sup> عريرة عبدما مصدر سابق من 2B.

<sup>3</sup> سيون الراهيم حمادة، دور وسائل الإعلام في صنع القرارات في الوطن العربي، المصدر السابق، ص51.

وأصبح من البديهي أن وسائل الاتصال الجهاهيري تعد من وجهة نظر الزعهاء السياسيين صانعة للرأي العام وتسهم في تشكيله، وإن هذا الدور يتعاظم على الصعيد السياسي وإد الأهمية النسبية لإختلاف نتائج هذه التأثيرات تخضع لمعايير الأهمية النسبية للحدث، وحجم المعلومات التي تبث حول هذا الحدث، ومعرفة الجمهور غذا الحدث.

وبناءً على ما تقدم تؤدي وسأتل الإعلام خمس وظائف على المستوى السياسي هي:

- أ. تمد الرؤساء والمسؤولين الحكوميين بالمعلومات عن الأحداث الجارية والبيئة السياسية من حولهم، وهي بذلك أسرع من القنوات الأخرئ.
- تعكس أهتيامات الرأي العام عن طريق نشرها القصص الخبرية التي تشكل أساس
   النقاش الجماهيري العام، كما إنها تعطي الأنطباع بكونها المدافع عن مصالح الرأي العام.
  - 3. تُهيأ للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور لشرح سياساتهم.
- صدعة القرارات السياسية، إذ إن الكثير من السياسيين والمسؤولين يعتمدون عليها في تقسير وتحليل الأحداث الدولية.
- توجيه نظر الرأي العام نحو القضايا والأحداث التي ترئ هي (أي الحكومة) ضرورة توجيه الإنتباه لها دون غيرها.

وبذلك تمارس وسائل الاتصال الجهاهيري دوراً أساسياً في بناء النسيج السيسي للديمقراطية لأنها أكثر الوسائل المتاحة إنتشاراً؛ ويذهب (Richard Fagen) إلى أن وسائل الاتصال تستخدم في الحياة السياسية بإحدى الطرق الآتية:

- مؤشر لبيان ما هو مهم، وما الذي يستحق أن يكون خبراً أو له صلة سياسية.
  - أداة لتحريك الرأي العام.
  - مصدر معلومات الأولئك الذين عندهم خطط أو مشكلات أو طموحات.

<sup>1</sup> ملام حفات فياسري، مصدر مايي، ص 92

<sup>2</sup> صالح حليل أبر أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات للعاصر فاطك مصدر سابق، ص301.

وهكذا صارت السياسة تقتضي وجود إعلام ناجح يعتمد التخطيط الدقيق وإتقان فن التقرب من الجماهير ومعرفة خيوط الرأي العام؛ فالإعلام الرديء الضعيف والمرتبك لابد من أن يُسيء للسياسة الناجحة ويؤثر سلباً في صورتها لدئ أوساط الرأي العم وعلى العكس منه الإعلام الداجح الذي يضفي على السياسة الضعيفة بريقاً.

### وسائل الاتصال الجهاهيري ودورها في العملية الإنتخابية:

يرتبط مفهوم دور وسائل الاتصال الجياهيري في الإنتخابات فلسفياً وتريخياً بنطور مفهوم وظائف هذه الوسائل في التأثير بالرأي العام، والمقصود هو الدور الذي يُهارس في النظام الديمقراطي الذي تمثل الإنتخابات فيه أحدى حلقات العملية السياسية المهمة، في الوقت الذي تعد فيه وسائل الإعلام جزءاً من هذه العملية السياسية وتتداخل حقوق ثلاثة أطراف رئيسة في مجال علاقة الإعلام بالعملية الإنتخابية، تتمثل في:

- يجب أن يتمتع المرشحون بالحرية في اللحوء للإعلام لتقديم رسالتهم للناخبين.
- 2) يجب أن يحصل الناخبون على مصادر متعددة للمعلومات بشأن البدائل السياسية والعملية الإنتخابية وإجراءات التصويت ونتائج الإنتخابات.
- 3) يجب أن يتمتع الإعلام بالحرية لتقديم الأخبار دون أي عوائق أو تأثيرات مجحفة من
   الأحزاب السياسية والسلطات الوطنية والفئات الإجتهاعية.

وهذا يكون بالأعتباد بشكل رئيس على الحملة الإعلامية، التي تستند فلسفتها إلى إمكانية إيجد الظروف السياسية في صالح فئة إجتباعية معينة تستدعي حركة تعرض أستراتيجية مخاطبة الجهاهير العريضة المتنوعة والمنتشرة في كل مكان بالصورة التي تسمح

<sup>1</sup> عبد الستار جراده النعه الإعلانية، مصدر سابق، ص51

<sup>2</sup> حالد علي المعدان، دور وسائل الإعلام في الإنتخابات، من كتاب ثورة الصورة (المشهد الإعلامي وعصاء الوقع)، المركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص35.

التفكير بأن سياسة هذه الجماعة هي من وجهة نظر هذه الجماهير؛ إذ أن توجيه المرشحين خسن مخاطبة الرأي العام وجمهور الناخبين بوعي لكسب الثقة وتحقيق الهوز في الإنتخابات يحتاج لجهود حثيثة.

وتم تعريف الحملة الإنتخابية وققاً لهذا المنظور بأنها: "العملية الدعائية المنظمة والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المُرشّح نفسه، أو الحزب أو الكيان السيسي الأستخدام إمكانات وسائل الإعلام المتاحة كافة والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة (البيان، البرنامج الإنتخابي) إلى الجمهور المستهدف (الناخبين) والتأثير في عملية التصويت لصالح المُرشّح أو اللائحة الإنتخابية التي يمثلها "و وهي تختلف في هذا المفهوم عن الحملة الإعلامية التي تركز الإنباه حول قضايا وموضوعات يمتلك الرأي العام خلفية مناسبة حولها، مما يُسهم في تدعيم مواقف الرأي العام تجاهها وربها تعيد بصورة طفيفة توجيه أنهاط السلوك والإنجاهات القائمة نحو مناطق جديدة، إلا أن الثبت أمتلاك وسائل الاتصال إلى قدرة كبيرة على خلق الآراء حول الموضوعات الجديدة التي لم ينشكل الرأي بعد حولها.

وقد كشفت دراسات مبكرة عن أثر وسائل الإعلام في خيارات النصويت، إذ أن النس يبدون غير خاضعين لمؤثرات وسائل الإعلام وهو أمر يدعو إلى الدهشة، فالحملات الدعائية عززت رغبات الجهاهير بدلاً من أن تُغيرها كها أن الجهاهير تمرضت للرسائل الاتصالية بشكل انتقائي، وبذلك فإن وسائل الإعلام تكون في أثناء الإنتخابات قدة اتصل تربط الناخيين بالمرشحين وأولئك الذين يخضعون لحكمهم، فهي التي تنقل

<sup>1</sup> أنور السباعي، مصدر صابي، ص151.

<sup>2</sup> عمد مبر حجاب، إدارة الحملات الانتحابة، وإن الفجر للشر والتوزيع، القامرة، 2007، ص7.

<sup>3</sup> بسيوب ابراميم عادده دراسات في الإحلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، مصدر سابق، ص 346. 347

<sup>4</sup> مايكان بارشي، مصنو سابق، مي295.

للشعب المعلومات عن المرشحين لمناصب الحكومة، وتنقل في ذات الوقت المعلومات عن الرأي العام الأولنك الذين يفترض أن يتفاعلوا مع هذه المعلومات وظيفياً .

وقد أنتهت دراسات سياسية عديدة إلى أنه كلها أزدادت معارف ومعتقدات القرد السياسية أزدادت بالتأكيد مشاركته في السياسة، إذ أن تقص المعرفة لدى الفرد يمثل عائقاً أمام المشاركة؛ وبذلك فأن إدراك المرء لكيفية أداء النظام لوظائفه وموقعه هو شخصياً في حركة هذا النظام يمثل محدداً أساسياً للمشاركة السياسية، رغم أن هناك اتفاقاً عاماً بين العلماء في أهمية فهم المرء وأستيعابه للقضايا العلمة كمحدد للمشاركة السياسية وأغلبهم يؤكد أن هذه مسئولية وسائل الإعلام في المجتمع ويبررون ذلك بتعقد المجتمع للدرجة التي تجعل المرء عاجزاً عن تحقيق الفهم العام في غياب هذه الوسائل".

ومن هنا ينطلق المبرر لإطلاق الحملات الإعلامية، إنطلاقاً من الفكرة القائلة أن القناع الرأي العام بفكرة ما يمهد لتثبيتها وترسيخها بأعتبار أن ما يأتي عن طريق الرأي العم هو قوة عامة شاملة لشتى أنواع الإصلاحات سواء الإجتهاعية أو السياسية أو الإقتصدية، وكلها أزدادت قوة الرأي العام عن طريق حقنة بالحملة الإعلامية وتقليل معرضة الأقلية، فأن الشعب يتمكن من ثم من إخضاع قضاياه ومشاكله إلى ألتزام وطني أو أيديولوجي يعمل على إيجاد الوحدة بين الناس والإنسجام بين الشعوب وتوجيه المؤسسات المدنية والإجتماعية والسياسية والعسكرية الإنجاه نفسه.

وقد تحولت الحملات الإعلامية إلى قضايا الإنتخابات الرئاسية أو العرلمانية، وصارت هذه الحملات تناسب المرشحين وهم يستجيبون لنزوع المصوتين نحو التمسك بالبقاء في منازلهم، فيحاول المرشحون خلق الظروف المناسبة لجعل أخبارهم وأخبار

<sup>1</sup> حالد علي المبداي، مصدر ساين، س37.

<sup>2</sup> مسيوني ابراهم حددته دراسات في الإعلام وتكتولوجيا الاتصال والرأي العام، مصدر سابق، ص347.

<sup>3</sup> أبور البعي، مصدر سابق، ص153.

برابجهم حزءاً من تغطية وسائل الإعلام للشؤون العامة، ليس لأسباب مالية فقط، بل من أجل إضفاء مزيد من المصداقية، خصوصاً أن وسائل الإعلام العامة تحظي بجمهور أوسع من وسائل الإعلام المدفوعة الثمن، بل إن جمهور الإعلام العام أكثر مراقبة وإصخة للمواد الإعلامية، وهذا يتطلب من الحملة الإعلامية للمرشح أن تخطط وتُنظم ضمن جدول أعال وسائل الإعلام، وهو ما يستدعي الحاجة لظهور شخص في القمة لتطوير الأستراتيجية والتكتبك وأستخدامها وحيث تتمركز في التلفاز كوسيلة إعلامية متقدمة المهرات الفئية المتنوعة المطلوبة لإدارة حملة حديثة واسعة النطاق؛ وبذلك تمثل الحملة الإعلامية تكثيفاً من جانب وسائل الاتصال لأدائها لوظائفها فيها يتعلق بتشكيل آراء معينة، أو تشجيع سلوكيات ومواقف معينة، كما يمكن النظر إليها كأداة في يد السيسيين، ومن يمكن أن يقوم مقامهم في التأثير على إتجاهات الرأي العام بالشكل الذي يخدم خططات هؤلاء السياسيين؛ وهناك ثلاث طرق لمارسة الحملة الإنتخابية ودراسته هي:

1) النظر إلى الحملة بوصفها تقديم وعرض وإعجاب بالشخصية.

2) النظر إليها على أنها وسيلة لبناء المؤسسة السياسية حزباً سياسياً كانت أو منظمة محلية.

النظر إلى الحملة بأعتبارها أستراتيجية إنتخابية لتعريف الناحبين بالقضايا التي تقوم
 عليه الحملة الإنتخابية وكيف أنها ترتبط بالناس والمجتمع.

وبذلك أصبح سائداً أن وسائل الاتصال الجهاهيري تتمتع بقدر كبير جداً من قوة التأثير في الجهاهير أو الرأي العام والذي يؤدي دوراً أساسياً في تنميط السلوك السياسي لنظام الحكم الديمقراطي الذي يفترض أن صانعي القرارات يجب أن ينقذوا رغبات الناخبين؛ فوسائل الاتصال والإعلام ضرورية وفعّالة بمكان لجعل روابط الاتصال

<sup>1</sup> أرمش راي، مصدر سالق، ص106 - 107

<sup>2</sup> محمد مير حماس، إدارة الحملات الانتحابية، مصدو سابق، ص7.

<sup>3</sup> خاند عني المسائيء مصدر سابق، ص35

والتفاعل دائهاً مفتوحة بين الحُكّام والمحكومين، فمن المؤكد أن المعلومات المتبادلة بينهم تنقلها الوسائل الإعلامية (المكتوبة والمسموعة والمرئية).

وقد أقر (غالوب) بأن الإنتخابات هي أول مؤشرات الرأي العام وأكثره أهمية، لكن أضاف في الوقت نفسه أنه لا نستطيع الأعتهاد على الإنتخابات وحدها لإكتشف ما يريده الرأي العام وبذلك فأن الرأي العام يمثل نبض المديمقراطية؟ إذ إن الرأي العام يعد ظاهرة تدور حول مجموعة من القوئ النفسية المحركة للمجتمع السياسي، أي أن الرأي العام يكون رد فعل للسلطة والتصورات المرتبطة بها ويرتبط وجوده بتواجد السلطة كحقيقة تصاعدية تكاملية أو متكاملة وبهذا فهو توع من التحرك للقرئ النفسية في مواجهة السلطة أو عملية ممارسة السلطة.

# وسائل الاتصال الجهاهيري ودورها في تعزيز المشاركة السياسية:

يجب أن يؤدي الإعلام دوراً كبراً في عملية بناء الديمقراطية بناء صحيحاً خطوة بخطوة وخصوصاً أثناء الإنتخابات التي تعد أحد مظاهر الديمقراطية، فالإنتخاب للمواطن الناخب هو عملية اتخاذ قرار سياسي خطير على درجة كبيرة من الأهمية وليس باليساطة التي نتصورها لأنه يُنصب ويُعيَن من يفترض أن يخلعه ويدير شؤونه كما يتمنئ بمعنى أن الإعلام يُهارس دوراً كبيراً في أية عملية إنتخابية شريطة أن يكون الإعلام حُراً ومُستقلاً؛ لأن الإعلام يُسهم بتعريف المُرشح للناخبين، وعليه في ذلك يكون الإعلام أخياد والنزاهة وأن يبتعد عن المحاصصة الطائفية والتكتلات الفئوية؛ ويتم ذلك عن طريق وسائل الإعلام الجهاهيري المتمثلة بالصحف والمطبوعات الإعلامية والإذاعات

<sup>1</sup> إيرامع كرسبي، مصدر سأبي، ص19.

<sup>2</sup> حامد وبيع، مغرية السياسة الخارجية، الفاهرة اكلية الادارة والاقتصاد، 1973، ص97.

والقنوات العضائية وشبكة الأنترنت، وهي وسائل فعّالة وكبيرة الْتأثير؛ وبرئ (دينيس ماكويل) أن وسائل الإعلام تعد أداة للديمقراطية المباشرة .

وقد أضحت شرعية السلطة وإعطاء المبررات لوجودها (وخصوصاً في دول العالر الثالث) بحاجة أكثر من أي وقت آخر إلى تأبيد الرأي العام، إذ ينخفض الميل لهذه المشاركة بفعل ظروف التخلف المعروفة لمدئ بلدان العالم الثالث؛ ويتمثل مفهوم المشاركة السياسية، بأنه كل نشاط يقوم به الفرد جدف التأثير في القرارات والسياسات العامة في المجتمع والتي تتخذها السلطة السياسية، أي بمعنى آخر هي كل أنواع السلوك السياسي التي يقوم بها المواطن العادي للإسهام منه في العمل السياسي سواء حقق عن طريقه نتيجة أم لر يحقق؛ والمشاركة السياسية وفق هذا المفهوم عمل إيجابي لا سلبي، فالإمتدع عن المشركة في الإنتخابات ولمو كان بدافع معين يعد تعبيراً عن موقف يخرج عن نطاق المشاركة؛ والمشاركة تمثل فعلاً ظاهراً وليس إتجاهاً كامناً، وبذلك فالمشاركة السياسية كمفهوم تشمل السلوك العرضي الذي يجدث في أوقات بعينها كالإنتخابات والسلوك المستمر مثل الإنتياء الحزبي؛ وهي سلوك للمواطن العادي لا المحترف السيامي الذي أتخذ من العمل السياسي وظيفة له؛ والمشاركة السياسية تعني، عند (صموئيل هنتنغنون وجون نيلسون): "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون الماديون بقصد التأثير في عملية صنع قرار الحكومة، سواء أكان هذا النشاط فردياً أو جماعياً، منظماً أو عفوياً، متواصلاً أو منقطعاً، سلمياً أم عنيفاً، شرعياً أو غير شرعي، فعالاً أم غير فعال".

وبعد السلوك الإنتخابي شكلاً من أشكال السلوك السياسي ونمطأ من أنهاط المشاركة السياسية، وهو أحد المجالات التي تمثل أرضية مشتركة بين مجالي علم السياسة

<sup>1</sup> يىلى بردىدى، مصدر سابق، ص69.

<sup>2</sup> سبور، الراهب خادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الانصال والرآي العلم، مصدر سابق، ص332 333.

<sup>2</sup> حميد حسين كاظم الشمري، النطور الديممراطي ومقومات الندسة السياسية، جريدة للديء

http://almadapaper.net/news.php?action=view&id=2291

وعلم النفس السياسي؟ ومما لاشك فيه أنه إذا أستخدمت وسائل الاتصال الجماهيري بشكل مناسب فيمكن لها أن تدعم التنمية السياسية وذلك بالمساهمة في إمداد الجمهور بالمعلومات والحقائق والخبرات اللازمة، فالإنسان بطبعه يبحث عن إشباع حاجته السياسية، ووسائل الاتصال قادرة على تدعيم الوعي الجماهيري السياسي وذلك كما ذكرنا بإمداده بالمعلومات والخبرات والحقائق والأحداث السياسية بدقة ومصداقية وهذا هو المناخ الملائم للتنمية السياسية ومن ثمَّ تأهيل الجمهور بالشكل الملائم للمشركة السياسية وأيضاً المشاركة في عملية اتخاذ القرارات والتعبير السياسي؛ وهكذا كلما زاد التعرض لوسائل الاتصال زاد النقاش السياسي ومن ثمَّ المشاركة السياسية.

وفي دراستهما عن أولويات (أجندة) ومائل الإعلام والمشاركة السياسية أنتهن (هيمنل وكروكين) إلى أثبات الفرضين الأتيين:

 1- إن الاستخدام الكفء لوسائل إعلام متنوعة يقلل من التأثير المحتمل لأي مصدر بمفرده.

2- كلها زاد معدل المشاركة السياسية زاد تأثير المشاركين سياسياً في أجندة وسائل الإعلام، وفسرا ذلك بأن بمثلي وسائل الإعلام يتفاعلون بدرجة أعلى مع النشيطين سياسياً ويميلون إلى التعبير عن وجهة نظرهم، بما يجعل أهتهامات النشيطين سياسياً مدخلات لأجندة وسائل الإعلام.

ويذهب (بيرلسون) إلى أن المُشاركة السياسية في ضوء العملية الإنتخابية أصبحت إسهاماً جزئياً ومحدوداً، ويرجع ذلك إلى إحساس الأفراد بأن العملية الإنتخابية لا تُؤي نتئجها المرجوة ثما أفقد الأفراد الدافعية للإسهام في المشاركة السياسية، من هذ أصبحت

<sup>1</sup> باهدرمري، مصدر سابق، ص89

<sup>2</sup> غريرة عينه مصدر سابق ص22.

<sup>3</sup> سيوي ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكتولو جيا الاتصال والرأي العام، المصدر السابق، مس347.

العملية الإنتخابية غير ذات معنى وفقدت تأثيرها في القضايا السياسية؛ وقدم (بيرلسون) على هذا الأساس تقسيمه للمشاركين في العملية الإنتخابية والذي يُقسمهم فيه إلى ثلاث فئات تبعاً لدرجة الشدة في المشاركة وكها يأتي:

- المهتمون بالعملية الإنتخابية اللين يملكون الرأي ويُتابعون سير الأحداث على مستوى المُشاهدة أو المتابعة عن بعد.
- المشاركون عن طريق الإسهام الفعلي في العملية الإنتخابية بدون الإنضهام إلى حزب
  سياسي معين يحاولون أنجاحه.
- 3. المشاركون في العملية الإنتخابية عن طريق انضيامهم إلى حزب معين يؤيدون برنامجه السياسي، وتأتي مشاركتهم عن طريق دافعية قوية تبدو من الرغبة في إنجح حزبهم وحصوله على أعلى الأصوات.

وهذ تظهر نظرية المسؤولية الإنتخابية والتي مفادها أن القمة تحكم الأغلبية بتمثيبهم للأغلبية ولما كان الجمهور الإنتخابي (الشعب) يمنح أمتياز الحكم أو يسحبه عن طريق الإنتخابات المرحلية، فأن الذين يحكمون يتبعون سياسات يعتقدون أنه ستُرضي لمصوتين من الجمهور الإنتخابي.

إن السبب الأساسي في الإختيار الخاطئ للناخب يعود إلى عدم دقة المعلومات التي بحصل عليها حول المرشحين لأتخاذ قرار الإنتخاب الصائب ويختار على ضوئها المرشح المشود، وهذه المعلومات يُسهم الإعلام إسهاماً كبيراً في الحصول عليها وإيصاله إلى المواطين إلا أن مدئ صبحتها تبقئ خاضعة لعوامل كثيرة في مقدمتها مدئ حيادية

<sup>1</sup> باهد زمري، مصفو سابق، س90.

<sup>2</sup> كيبت بريوت وآئل ستون، المستب الحاكمة، مقالة منشورة في كتاب الليسقراطية، تحرير" فيلس غريل، مند محمد درويش، فار المأمول للرجمة والسئر، معلمان، 2007، مر255.

الوسيلة الإعلامية ومهنيتها وأستقلاليتها وهذه المواصفات نادرة في جميع أمحاء العالر وليس في العراق فحسب.

وي هذا الصدد يقول (ستون) أنه أثناء العملية الإنتخابية لايكون الفرق ما بين إختيار مرشح وآخر لدئ المُقترع نتاجاً لعوامل داخلية فقط تدفع الشخص الإختيار شخص بعينه، وإنها يتدخل في ذلك ما أطلق عليه (ليفين) بـ "حيز الحية" في نظريته المعروفة بنظرية المجال، الذي يتضمن القوئ الحالية التي تتضمنها البيئة السيكولوجية للفرد (ماذا يعرف عن المرشحين، مشاعر الشخص نحو الأحزاب المختلفة، تفضيلات أصدقائه، البيئة المادية المحيطة بالفرد).

إذ يبدو أن العملية الإنتخابية تنضمن أبدولوجية خاصة وأن لها منطقاً عقلانياً، وأن الفرد حينها بختار مرشحاً ويترك آخر بعتمد في ذلك على تاريخه الشخصي أو على الأبدولوجية التي تحرك سلوكه، وهذا ما أورده كل من (Von Winterfeld & Fischer) في نظريتها المسهاة (الإستفادة المتعددة الأشكال (Multiple – Attribute Utility).

وبناءً على ما تقدم، يمكن تحديد دور وسائل الاتصال الجماهيري أثناء الإنتخابات في إطار محورين:

المحور الأول: يؤدي الإعلام دوراً مهماً في تغطية حراك العملية الإنتخابية وكل الأنشطة الني تقوم بها المفوضية العليا المستقلة للإنتخابات وصولاً إلى يوم الأقتراع وإجراءات العد والفرز ثم إعلان النتائج.

المحور الثاني: يؤدي الإعلام دوراً في تغطية الحملات الإنتخابية للأحزاب والمرشحين المتنافسين فيها بينهم للفوز بالمقاعد. ووفقاً لهذين المحورين يكون على وسائل الإعلام القيام بالمهام والأدوار الآتية :

- تثقيف وتحفيز المواطنين ممن لهم حق المُشاركة في الإنتخابات على الإيجبية والذهاب
   بل صناديق الإنتخابات اللإدلاء بأصواتهم.
- تثقیف الدخب على أهمیة صوته ومدئ تأثیره و تحفیزه على الندقیق فیمن مجتاره لیعطیه صوته بأستحقاق.
- التغطية الكاملة والدقيقة والمتوازنة للحملات الإنتخابية للمرشحين بإختلاف أنتهاء اتهم الحزبية وتوجهاتهم الفكرية.
- إدرة الحوار والنقاش العام حول أجندة القضايا التي تطرحها البرامج الإنتخابية للمرشحين وعلاقتها بقضايا المجتمع.
- تقديم تغطية تحليلية وتفسيرية لهذه البرامح بها يساعد الناخب على النمييز والإختيار بين المرشحين، دون الوقوع في إشكالية التحيز لمرشح معين بشكل مباشر.
- على وسائل الإعلام الإلتزام بالقواعد والنظم القانونية وما تنضمنه من تنظيم لعملية التغطية الإعلامية في فترة الإنتخابات.

### التوظيف السياسي للإعلام المرثى:

أتحت المهزات الاتصالية والنقنية للتلفاز فوصة لتوظيفه لأغراض سيسية، ويأت التلفاز يعكس ويُعْبر عن القضايا العامة والأحداث ويمكس صورة الواقع السياسي والإجتماعي على وفق منظور محدد يسعى إلى خلق تأثير محدد في السلوك؛ وكان للأهمية المتزايدة للتلفاز أثر أمعكس تماماً على الرأي العام، ففي حقبة ما قبل التلفاز كان السياسيون يسعون إلى الحكم عن طريق أستيعاب ائتلافات عريضة من الجماعات والمصالح ضمن شعارات الحزب السياسي وعن طريق الخوض في مفاوضات شخصية واللجوء إلى

<sup>1</sup> بياد الكنان، درر وماثل الإعلام في الإنتخابات، ورفة عمل هنت إلى تقوة رؤساء الؤمسات الإعلامة المعدة بناريخ http://www.alnoor.se/article.asp?id=38096.2008/7,13

الدبلوماسية مع منافسيهم من النخبة، ومع بدء عصر التلفاز أخلت القيادة السياسية بوصع ثقل أكبر على المقدرة لحشد الرأي العام وأستغلاله بمهارة وأصبح لأهمية التلفز المتزايدة العديد من الأثار الواضحة على العملية السياسية وأصبحت وسائل الإعلام عموماً تؤدي دور المصفاة فتحدد المعلومات التي توصلها إلى الجمهور؛ وبات التلفاز الوسيلة الأكثر أهمية في تغطية الأحداث ونقلها إلى الجمهور عبر برامج إخبارية وسياسية متنوعة إضافة إلى القيام بوظائف التقسير والإقناع وتوجيه القياعات على وفق الأهداف المرسومة، إذ يستخدم التلفاز على نطاق واسع من لدن السياسيين لشرح المواقف والأفكار والآراء للناس!

ومع إختلاف طرق عرض المعلومة السيامية وتعدد قنوات نقلها إلى المشاهد عبر قنوات البث الفضائي، برزت سلبية التلقي من حيث أن معظم الجمهور الذين يستقون معلومات سياسية من التلفاز إنها يفعلون ذلك لأمه صادف أنهم كانوا يراقبون التلفاز عنم كانت المعلومات السياسية تُبث وهكذا هالجمهور الذي يتلقئ المعلومات والآراء السياسية حسب تعبير (ميشيل روبنسون) هو جمهور "غافل"؛ وما يتبع ذلك من ترتيب للأولويات فالتغطية الإخبارية اليومية للأحداث بأستطاعتها وضع الكثير من الموضوعات دون غيرها في البرنامج السياسي أو إثارة بعض القضايا السياسية دون غيرها أو تسليط الضوء على أحداث سياسية معينة وفائرأي العام عملياً، يمكن أن يؤدي الدور المؤثر إذا وُجّه من قبل إعلام مؤثر، كها أن الإعلام المؤثر قد يبني فكرة معينة عن قضية ما، فإن لم تتحقق كان التأثير مُعاكساً، ومن ثمّ فهو سلاح ذو حدين.

<sup>1</sup> عمد حدير الاحضر، الوظيمة الاخبارية للاعلام، بلاء عيّان، 1999، ص47.

<sup>2</sup> اوستن زايء مصفو سابق، ص19.

<sup>3</sup> عمد بن معود البشرة مصدر سابقة ص113.

وبالعودة إلى تاريخ الديمقراطية في الثقافة الغربية التي تعني سلطة الشعب أو حكمة تعترض من التلفاز أن يكون في متناول الشعب، ليُهارس دور الوسيط بين الحاكم والمحكومين، ويقوم بدور المنظم على الصعيد الإعلامي لسعي وتدافع القوئ في الساحة السيسية للوصول إلى السلطة؛ وهناك أدلة كثيرة تشير إلى أن التلفاز قوة إعلامية مؤثرة في الرأي العم، ومن أمثلة ذلك الدور الذي لعبه المقدم التلفازي (والتر كرونكايت) في شبكة تلفزيون (CBS) الأمريكية عندما أذاع تقريراً خاصاً نقل فيه مشاهداته للوجود الأمريكي في فيتنام والذي ذكر فيه أن الحرب دخلت مأزقاً دموياً وأن النصر العسكري غير محتمل؛ في فيتنام والذي الأمريكي أنذاك أهمية هذا التقرير كونها المرة الأولى في التاريخ التي يُعلِن فيها قطب إعلامي نهاية الحرب، إذ جرئ بعد أسابيع قليلة من إذاعة (تقرير كونكايت) إعلان نهاية الحرب، إذ جرئ بعد أسابيع قليلة من إذاعة (تقرير كونكايت) إعلان نهاية الحرب، إذ جرئ بعد أسابيع قليلة من إذاعة (تقرير كونكايت) إعلان نهاية الحرب في فيتنام.

ومع تزايد القدرات الإعلامية للتلفاز تفاقم دوره في المجال السياسي فدخل معترك التندفس الإنتخابي، فقد أوجد التلفاز مجالاً رحباً للسياسيين لعرض برامجهم وأفكارهم، خاصة إدن الحملات الإنتخابية، إذ أتاح للناخبين فرصة نقل المعركة الإنتخابية إلى داخل جدران بيوتهم، فأصبح في مقدرة الأسرة أن تشاهد على شاشة التلفاز المؤتمرات الإنتخابية التي يعقده المرشحون، فضلاً عن تصارع الآواء والمذاهب والأفكار التي يددي به كل مرشح، بل إن الميزة ذات الأهمية القصوئ تمثلت في إتاحة الفرصة للمُشاهدين أن يقرنوا مقارنة سريعة وموضوعية، وخير مثال على دور التلفاز في الحملات الإنتخابية ما قدّمة خلال معركة إنتخابات الرئاسة لكل من المُرشحين الديمقراطي والجمهوري (في خلال معركة إنتخابات الرئاسة لكل من المُرشحين الديمقراطي والجمهوري (في

<sup>1</sup> ممر الدين العاضي، التلمريون والعلسقة الروية والروئي، www.arabmediastodies.net من6.

<sup>2</sup> اوستن راي، المصدر السابق، ص 110 - 112

الإنتخابات الأمريكية) من أن يقفا أمام الجمهور وجهاً لوجه ويناقش كل منهما الآخر في مواجهة جمهور المُشاهدين ويعرض كل منهما برنامجه للحصول على تأييد الناخبين .

ركنت الإنتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1952 هي أول إنتخابات أدى فيها التلفز دوراً مهم في الولايات المتحدة، إذ بلغت نسبة البيوت التي بها أجهزة نلماز حوالي 40٪ فقط ولكن حوالي 53٪ من المواطنين شاهدوا برامج التلفاز عن الحملة الإنتخابية، وهنا رُكِز على الصورة التلفازية كمنصر مهم في ذلك التنافس، مما زاد من قوة المشاهدة.

وبذلك يهارس التلفاز دوراً مهها في الجملات الإنتخابية والتنافس السياسي خلالها، إذ يجده المتنفسون منبراً مفيداً للتأثير في الناخبين وليصال برابجهم الإنتخابية إلى الناس لكسب تأييدهم؛ إذ أصبح التلفاز بعد ظهوره للاستخدام رسمياً عام 1948 وأنتشاره بشكل واسع بعد عام 1950، أصبح هو المهيمن والمسيطر على توجهات الرأي العام الأمريكي وبلورته، عن طريق إلفاء الخطب وعقد المؤتمرات والمندوات والمنظرات تلفازيا، حيث الكلمة والصورة معا التي تعطي المشاهد معرفة شبه عامة عن المرشح، وذلك من مشهدة حركاته ومظهره الحارجي ومعرفة ثقافتة ومهارته المشخصية ومدى ثقته بها يطرح أو يجبب على إستفسارات الغير، فضلاً عن معرفة الكثير مما يتطلع إلى معرفته الناخب والتي يتكفل التلفاز بأظهارها كلمة وصورة وبوقت واحد، وهكذا بدأ التلفاز يأخذ دور الصحافة والإذاعة، وإن لريكن على حسابها كلياً، إذ ما يزال للصحفة بالمات دور كبير ومؤثر في التأثير على توجهات الرأي العام بوجه عام، مع أن التلفز بات من أهم وأشمل وسائل الاتصال الجماهيري حيث يستفيد منه المتعلم والأمي معاً، عكس الصحافة عماً؛ وبدأ الدور المهم والمؤثر المتلفاز في الإنتخابات الأمريكية ولأول مرة عم 1960 عينا ظهر المرشحان الجمهوري (ريتشارد نيكسون) والديمقراطي (جون. اف. كيندي)؛ حينا ظهر المرشحان الجمهوري (ريتشارد نيكسون) والديمقراطي (جون. اف. كيندي)؛

<sup>1</sup> مهير جاد، وسائل الإعلام والانصال الاقتاعي، الهيئة المعربة العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص147 2 دايين كاثر وآخرون، مصدر سابي، ص480.

وفي كل الأحوال، فإن الإعلام بوسائله المقروءة والمسموعة والمرثية مع الفارق في التأثير من وسيلة إلى أخرى، أصبح هو المؤثر والمهيمن على توجهات الرأي العام في الحملات الإنتخابية الأمريكية؛ إذ أن وسائل الاتصال في الخالب، بها تحمله من معلومات سياسية، تحدث تأثيراً كبيراً في تحديد نوع العلاقة بين الحكام والمحكومين، وهذا ما يؤكده (Show & McCombs) في دراستهها عن قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على وضع برامج للموضوعات التي أعتُقِد أنها مهمة أثناء الحملة الرئاسية عام 1968 في الولايات المتحدة الأمريكية، إذ قاما بدراسة إمبريقية أثبتا فيها أهمية وسائل الإعلام بأعتباره أجهزة إرسال للمعلومات السياسية، ووجدا أنه لهذه الوسائل القدرة على قولبة عقل الجمهور على نطق واسع، والتأثير بشكل كبير في سير التاريخ.

وبدء على ذلك أصبح التلفاز وسيطاً بين الفرد والمجتمع ويزود الناخب بالكثير من المعلومات التي يُكوّن منها أحكامه وخباراته السياسية، إذ أصبحت وسائل الإعلام وخصوصاً التلفاز تؤدي دور المصفاة فتحدد المعلومات التي توصلها إلى الجمهور.

وقد أجبر التلفاز السياسيين على إتباع أساليب جديدة في الحطابة والقيادة السياسية وأصبحت بعض العوامل كإدارة الإعلام وبناء الصورة والعلاقات العامة ومهارات الاتصال الشخصي أكثر أهمية لنجاح المرشع من الحبرة السياسية؛ لدرجة أن بعض الباحثين قلوا أن الجمهور يتعامل مع صورة السياسي كها تتبلور على شاشة التلفاز، بصرف النظر عن مدئ انفاقها أو إختلافها مع حقيقة شخصيته، وتأكيداً لذلك فقد أجمع المراقبون السياسيون على أن الرئيس الأمريكي الأسبق (بيل كلينتون) نحم في إنتخبات عام 1996، واستمر في البيت الأبيض أربع صنوات أخرئ بقضل توظيفه الواعي للتلفار

<sup>1</sup> بحين عند المرب الجبيحي، دور الإعلام في الإنتخامات الامريكية،

http://www.26sep.net/newsweekarticle.php?ing=arabic&sid=16033 2 يسير بودمان،مصدر سائق، ص76.

<sup>3</sup> مشمن ايبر لابير وآخرون، مصدر سابق، ص10 11.

في خدمة حملته الإنتخابية؛ إذ كما ساعد التلفاز على أسقاط رئيس دولة خلال فضيحة (ووترغيت) ساعد أيضاً على قرض تهاية للتورط الأمريكي في فيتنام، كما كان سبباً أيضاً في فشل الرئيس الأمريكي (كارتر) في إعادة إنتخابه لمتصبه لمرة ثانية بعد أزمة الرهائن الأمريكية في أيران، كما كان ناقلاً حياً لأحداث حرب الخليج، وأحداث الحرب في أفغنستان، كما صور المشاهد الحية لأنهيار برجي التجارة العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية في 11 أيلول 2001، وغيرها من الأحداث العالمية المهمة.

وليس هنك شك في أن ما يقلمه النافاز بأعتباره أحد وسائل الاتصال الجهاهيري، يساعد في زيادة الموعي المعرفي الذي يمثل البنية التحتية لعملية التنشئة الإجتهاعية والتي عن طريقها تتحدد المواقف وتتقرر النشاطات السلوكية، وبالتتيجة أصبح عرض وسائل الإعلام للمعلومات المختلفة يدفع إلى فتح باب النقاشات والحوار في موضوعات جديدة؛ وفي هذا المجال يؤكد (Lane) أن ما يتيحه التلفاز للفرد من فرص التزود بالمعلومات حول البيئة السياسية المحيطة به من شأنه أن يطور حاسة الرغبة في التفاعل مع البيئة السياسية، إذ يقول: "إن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى اشتراك الفرد في حوارات ومناقشات حول القضايا السياسية التي تعرضها، وكليا أشترك الفرد في مثل هذه الحوارات والمنقشات، زاد تعرضه لوسائل الإعلام ويطريقة عكسية، لأنه بحتاج لحذه الحوارات والمنقشات، زاد تعرضه لوسائل الإعلام ويطريقة عكسية، لأنه بحتاج لحذه الحوارات والمنقشات، وهنا تؤدي الراع العم لا يتكون من فراغ بل لابد من أن تتوافر له العناصر التي تشكله، وهنا تؤدي وسائل الإعلام دوراً مها في تقديم الحقائق والوقوف كمصدر دائم يستقي منها الأفراد ما يريدونه من معلومات.

<sup>1</sup> بين رامت،معبد ماش،ص454.

<sup>2</sup> سمون سيرواي، مصدر سايق، ص27

<sup>3</sup> غىدىن سىرداقىلى، مىدر سابق، س138

والمُلاحظ أن أغلب الدول سواء أكانت رأسهالية أم أشتراكية أم نامية، أدركت أهمية التلفاز ودوره السياسي، وحرصت على أن تفرض سيطرتها عليه؛ فالعلاقة بين التلفاز والحكومة تتحدد من جانبين هما:

1. إن الحكومة لكي تحظى بتأييد الرأي العام لسياستها الخارجية والداخلية تريد أن تتحكم في المعلومات التي يتلقاها الجمهور، وهي تعمل على تحديد المواقف وتقديم الرؤى المختلفة، ولكن بأسلوبها الخاص الذي ينسجم مع أهدافها السياسية والإجتماعية والاقتصادية.

2. يدرك رجال الإعلام الدور المهم الذي يضطلعون به في عملية صنع السياسة.

وما من شك في أن هنائك إختلاقات ملموسة وواقعية بين أداء التلفاز في الدول التي تتبتى الديمقراطية والدول التي ما تزال تضع الرقابة على عمل التلفاز وتضع أمام المسؤولين فيه قائمة من الممنوعات من الآراء والمواقف والتصريحات، لكن حالياً هناك نزعة قوية نحو سيادة الإداء الديمقراطي للتلفاز على أعتبار أنه يمثل الحالة العلبيعية والذي ينبغي أن يسود عاجلاً أم آجلاً؛ إذ يرئ (دومينيك ولتن) أن "التلفز أداة ديمقراطية"؛ وتأكيداً لهذا الرأي ودور التلفاز في تعزيز العملية الديمقراطية، ينفي الفيلسوف (جيل لبوفسكي) نفياً قاطعاً أن يكون التلفاز قد أضر بالنيمقراطية، بل يؤكد أنه أسهم في أزدهارها، ودليله في ذلك أن الأفكار الشمولية التي كنت سائلة في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي تبدو اليوم غريبة ومنبوذة، والتعددية والتنافس السلمي على السلطة أصبح من القيم التي يُشاطرها الجميع هذا رغم أقراره بأن التلفار قد أوجد طقوساً جديدة للمارسة السياسية وجعلها قريبة من الأستعراض إن لريمشهدها

<sup>1</sup> ملام حطاب الناصري، مصدر سابق، ص92

<sup>2</sup> جود الدوري عيسى: قراء: في ثفافة الفصائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكيك): مصدر سابق، ص53

وهذا كله لريضر السياسة قط ولريقض على الديمقراطية، فالتلفاز لرولن ينتخب بيابة عن المشاهدين أو الناخبين!.

ويأتي ظهور البث الفضائي التلفازي عاملاً مساعداً ومكملاً لتأكيد أهمية التلفاز في جال العمل السياسي، إذ أسهم في زيادة أهمية الوظيفة السياسية للتلفاز وتسابق الجميع من سسة وحكام وغيرهم من أجل توظيف هذه الوسيلة لتحقيق أكبر قدر بمكن من المكسب على الصعيد الداخلي والخارجي سياسياً، لاسيها أنه يتم الأستفادة منه في مجال التخطيط الدعائي لمواجهة الخصوم سياسياً، وبث إتجاهات هماعات وأحزاب سياسية سواء داخل المجتمع أو خارجه وهذا يعطي العمل الإعلامي فرصة المشاركة الفعالة في رسم هذه السياسة.

إن قوة التلفاز في العملية السياسية لا تظهر فقط على مستوى الشؤون الدولية أو الحدرجية، بن تظهر أيضاً على المستوى الداخلي، إذ يعتمد عليه السياسيون والحكم لايصال أفكارهم ومواقفهم وقراراتهم السياسية إلى المحكومين، فالخطاب التلفازي الذي يوجهه رئيس دولة أو وزير يكون وقعه أكثر على الجمهور من الخطاب المطبوع؛ كم يتم توظيف التلفز بدرجة كبيرة خلال فترة الإنتخابات، لمحاولة تسويق الأفكار السياسية للمترشحين وإقناع الجمهور بالتصويت على برانجهم الإنتخابية، مستخدمين كل تقنيات التسويق السياسي، وفي مقدمتها الإشهار السياسي؛ والإشارة إلى دور التنفز في الاتصال من السياسي لا يقتصر بالتأكيد على ما ذُكر أعلاه فقط، وإنها أيضاً له دور في الاتصال من المحكومين إلى الحكام، حين يتم توظيف البرامج التلفازية لنبليغ آراء وإنشغالات وكذلك

<sup>1</sup> مصر الدين المديني، معملو سابق، ص6.

مطالب وشكاوي المحكومين، ليقوم بذلك الحكام بأستقبالها بعد أن يكونوا قد شاهدوها عن طريق التلماز، ليتخذوا بعد ذلك الإجراءات والقرارات الملائمة بشأنها.

# الرأي العام ودوره في تعزيز ديمقراطية الإنتخابات:

عتل الرأي العام في الليمقراطيات المعاصرة أهمية خاصة في توجيه نظم الحكم وإرشد سستها نحو التصرف بشكل معين، وإتخاذ القرارات التي ثلاثم القاعدة الجهاهيرية العريضة، وتتهاشئ مع إتجاهاتها وآرائها؛ وفي مقابل ذلك، تبدو الفجوة واسعة بين إتجاهات الرأي العام ودوائر صنع القرار السياسي في معظم الدول النامية، إذ تفتقد العلاقة بينها ملامح الإنسجام والتناغم، كما يضعف تأثير إتجاهات الرأي العام في توجيه الساسة ومتخذي القرار؛ وكشأن كل ظاهرة أخرى فأن دور الرأي العام في الحية العامة متبين من بلد إلى آخر وفقاً لدرجة تطور البلدان وخلفياتها الحضارية والقيم السائدة فيها وطبيعة المؤسسات السياسية القائمة، كما إن طريقة التعامل مع الرأي العام تختلف أيضاً بإختلاف البدان؛ ويثير الرأي العام في المقام الأول مشكلة سياسية تتعلق بالنظام السياسي للدولة، فالرأي العام يرتبط بالديمقراطية وجوداً وعلماً، فحيث تتوفر درجة عالية من الديمقراطية يواكبها رأي عام قوي، وحيث تتراجع الديمقراطية يتراجع معها الرأي العام نا معنئ حين يكون متملقاً بموقف يتخذه أفراد كثيرون العام عر ومعرضة عبرون بواسطنه عن أنفهم في شكل قبول وتأييد أو بالعكس في شكل رفض ومعرضة يعبرون بواسطنه عن أنفهم في شكل قبول وتأييد أو بالعكس في شكل رفض ومعرضة علائة عددة أو شخص معين.

والمتعارف عليه أن العلاقة بين الحكومة والرأي العام هي علاقة متبادلة وذات شقين، فالرأي العام يؤثر في الحكومة، كما أن الحكومة تؤثر في الرأي العام، والرأي العم يؤثر في الحكومة عن المأثير عير الماشر يؤثر في الحكومة عن طريق الإنتخابات وقياسات الرأي العام فضلاً عن التأثير عير الماشر

<sup>1</sup> يامين بردهانه مصادر سابق، ص 82.

<sup>2</sup> بالمدرمزي، مصدر سالق، ص117.

المتمثل في الجماعات الضاغطة وتأثير وسائل الإعلام! وقد توصل (غالوب) إلى أستنتج مضمونه أنه "لا يستطيع الرأي العام أن يكون ذا جدوئ للديمقراطية ما لريكن بالإمكن سهاعه"؛ وقد وصف (M. Margolis) هذه العملية التي يتم بها تجاهل الرأي العام أو إسكته بأبها عملية يصبح فيها الرأي العام أحد المتغيرات التابعة وليس المستقلة؛ وهكذا نرئ أن الرأي العام وكلها أتجهنا نحو الأنظمة الديمقراطية نجده المنح الأول للثقة والشرعية للأنظمة الحكومية القائمة وميزة النظم الديمقراطية أنها تضمن التغيير السلمي في المجتمع بها تفسحه من مرونة في الإستجابة للرأي العام وإناحة الفرصة لمنعبير عن الآراء المختلفة وهو المحرك الذي يجعل الديمقراطية تتحقق، إذ إن مراعاة توجهت الرأي العام هي ما يضفي صفة الديمقراطية على المجتمع عامة؛ أما الأنظمة التسلطية فهي تفرض على الرأي العام القوانين الذي تراها هي ملائمة له، والتي تضمن لهذه السلطة تفرض على الرأي العام القوانين الذي تراها هي ملائمة له، والتي تضمن لهذه السلطة المفروضة البقاء والاستمرار.

وبناءً على ما تقدم يمكن القول، إن الرأي العام يرتبط بالنظام الديمقراطي للدولة الذي يعد المناخ الذي يتيح الفرصة لتنمية الرأي والرأي الآخر، بل الآراء الأخرى التي عن طريقه يتبلور رأي عام يمكن قياسه، وهذا ما تفتقده الدول النامية إلى حد كبيرا ولاشك في أن الرأي العام حتى في الأنظمة التسلطية شيء لا يمكن إنكاره، وللدا يجب عدم إغفاله، ولكنه لا يملك القوة المُغيرة التي يملكها الرأي العام في الدول التي قطعت شوطاً كبيراً في ممارستها لملديمقراطية؛ والتي تعطي اهتهاماً لإستطلاعات الرأي العام والتي أصبحت من أساسيات الحياة في الديمقراطيات العصرية؛ لاسبها فيها يخص معرفة ما يثير إنتباه الجمهور وإتجاهاتهم السياسية والإجتهاعية والإنسانية، وهذا يتم عى طريق

<sup>1</sup> أحديدر، الرأي العام، بصدر سابق، ص184.

<sup>2</sup> أير من كرسيي، مصدر سابق، س19.

<sup>3</sup> يامد زمري، صدير سابق، ص131 – 132

البحث والإستقصاء للوصول إلى أساس سليم لما يعتقده الناس وما يعتبقونه من آراء للوصول إلى الحقيقة.

وبما تجدر الإشارة إليه هنا، أنه لحد الآن لر تصل الدراسات العلمية إلى نموذج علمي موحد يفسر العملية التي يتكون بمقتضاها الرأي العام، كما إن هنك صعوبة في النفسير العلمي للطريقة التي يتغير بها الرأي العام، ففي النظم الديمقراطية لا يوجد مصدر واحد تنشأ منه قضايا الرأي العام فليس هناك بؤرة واحدة تستأثر بهذه العملية؛ إذ يعد الرأي العم في النظم الديمقراطية مصدراً للدساتير والقوانين كما أنه بعد سنداً للهيئات والمؤسسات الإجتماعية الأنه يُسهل على هذه الهيئات نأدية رسالتها الحضرية والثقافية؛ أم في النظم الديكتاتورية غير الديمقراطية فينطلق دور الرأي العم فيها من أن السلطة السياسية تنبع من مصدر معين فوق الشعب ولا يُسمح بتشكيل تنظيهات صناعة الرأي إلا في حالات ترضى بها السلطة وتحت النحكم المباشر للجهاعة الحاكمة؛ وبذلك الرأي إلا في حالات ترضى بها السلطة وتحت النحكم المباشر للجهاعة الحاكمة؛ وبذلك يأتي تفوق الحكومة الشعبية من القوة التي تستمدها من جمهور الناخبين، إذ تكمن الديمقراطية في قدرة الرأي العام على تغيير بمثليه بالطرق الدستورية، ولكن بمثليه هم الذين يضعون أسس المؤسسات الدستورية والسياسية والقانونية التي يُعارس الرأي العام عن طريقها قدرته.

ويُلاحظ بما مبق، أن مفهوم المديمقراطية يقترن تلقائباً بمفهوم الحرية، إذ أن الحرية من الناحية العملية هي واحدة من العناصر الجوهرية للديمقراطية، إذ وكيا يقول (أرسطو) "الحرية هي أساس الدولة الديمقراطية"؛ فحرية إختيار الناس لمن يُمثلهم تحت

<sup>1</sup> مسيون الراهيم حمده، دراسات في الإعلام وتكتولوجيا الاقصال والرأي العام، مصدر سابق، ص234.

<sup>2</sup> أحمد بدر عافراي العام ، مصدر سابق من 86.

<sup>3</sup> لاري دبيمودد، المبيمقراطية (تطويرها ومسل تعزيزها)، ت: فوزية ناجي جاسم المقاعي، دار المأمون للترهة والنشر، بعداد، 2005، ص7

قبة البرلمان تعد واحدة من أهم الشروط الموضوعية التي تجيز لنا الحديث عن نظم برلمني نزيه، وحرية المواطن في التمسك بها يراه صالحاً وصواباً وما فيه مصلحته هو شرط لا غين عنه لمهارسة إرادته الواعية في العملية الديمقراطية، وحرية المواطن في أعتناق عقيدة أو فكر سياسي من دون غيره هو العامل الأكثر تأثيراً في تحديد موقفه من المشروع السياسي الذي هو جزء لا يتجزأ منه، وبهذا المعنى فإن الديمقراطية، هي في نهاية الأمر تتجه إلى إدخال الحرية في شبكة العلاقات السياسية في المجتمع وتحديد طبيعة المواقع المتبادلة بين الحكام والمحكومين في هذا المجتمع أو ذاك وهي علاقة لا غنى عنها وتُشكل صميم المجتمع المنظم سياسياً؛ وبذلك أرتبط مفهوم الديمقراطية في النظرية السياسية الحديثة بمفهوم المحتفظ بحرية المواطنين الفودية المساسية يُنظر إليها بوصفها الأسلوب الذي يمكن به الأحتفظ بحرية المواطنين الفودية المساسية يُنظر إليها بوصفها الأسلوب الذي يمكن به الأحتفظ بحرية المواطنين الفودية المساسية يُنظر اليها بوصفها الاسلوب الذي يمكن به الموجود إعلام ديمقراطي حر في أي مجتمع يُراد له أن يكون ديمقراطياً، فبدون هذا الإعلام وجود إعلام ديمقراطي حر في أي مجتمع يُراد له أن يكون ديمقراطياً، فبدون هذا الإعلام الحر نظل العملية الديمقراطية منفوصة بأعتباره ركنا أساسياً في هيكلة تلك العملية.

وبدة عنى ما نقدم فأن العلاقة بين (الديمقراطية والحرية) تسير مبيراً تبادلياً، وأن ما تقدم من القول، إنها يمثل جانباً واحداً فقط من المشهد الديمقراطي، إذ أن الديمقراطية ببعض مكوناتها تمنح الحرية ضهانات النمو والديمومة، وعلى سبيل المثال يمثل الفصل بين السمطات الثلاث (التشريعية، والتنفيذية، والقضائية)، شرطاً لا مناص منه لحماية حرية الفرد والجماعة في وقت واحد، والشيء نفسه يُقال في (سيادة القانون) والإقرار بالننوهات المجتمعية ومن ثم ضهانها، بنصوص دستورية؛ والملاحظ أن مفهوم الرأي العام قد غُيب في المشهد السياسي العراقي إيان سنوات حكم النظام الساس الميني على الحكم الديكتاتوري؛ أضافة إلى أنه وبعد زوال ذلك النظام قامت وسائل الإعلام وخصوصاً

<sup>1</sup> كارول مني عربان الاشتراكية والديمقواطية، مقاله منشورة في كتاب الديمقراطية، تحوير - فيليب غرين، ت- محمد درويش، دار الأمون المترجمة والستر، بعدان 2007، ص445

القنوات العضائية والأحزاب بأداء دور مُغاير لما كان مأمول منها في بلورة رأي عام عراقي يقوم دلتأكيد على المشتركات والثوابت الوطنية، فأدت دوراً تخريبياً شنت الرأي العم؛ وفي ظل التطورات التي حدثت في العراق وما تعرض له المجتمع العراقي من عمليات غسيل اللمغ وعرس المعتقدات أسهمت فيها العديد من الأطراف عن طريق استغلال ما تشهده وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة وغيرها من تقدم مذهل وتحكم واسع النطاق، قُصِد منه التوجيه والتحكم في الرأي العام العراقي إلى حد كبير، عن طريق ما يتعرض له من غزو مفاهيمي ثقافي غريب متمثلاً بالعمليات الإرهابية والتقسيم الطريقي والقتل على الموية والتهجير، وكل هذه المفاهيم غرية على تركيبة المجتمع العراقي.

وم تجدر الإشارة إليه، أن ثبات الرأي لدى المواطن العراقي بوجه عام ظاهرة منحسرة، والمُلاحظ هو شدة انتشار عدم الإستقرار ولذلك أسباب كثيرة لعل في مقدمتها سيكولوجية المواطن العراقي التي تتسم بالمزاجية وعدم الإستقرار، فضلاً عن شرعة أستجابته وتأثره بها يُحيط به من آراء تتميز بشدة الإنتشار بالرغم من عدم إبهانه بها أحياناً فضلاً عن التعددية في الولاء (عشائرياً، دينياً، حزبياً).

# المبحث الثاني ماهية الإعلام المرئي الفضائي العراقي

#### عَهيد'

كان دخول التلفاز إلى البلدان التامية ومنها البلدان العربية سريعاً، وذلك على الرغم من تكاليفه الباهظة وندرة كوادره، قياساً بوسائل الاتصال الجهاهيري الأحرى في هذه البلدان؛ فكان أهم ما فعله التلفاز أنه أحضر العالم إلى الإنسان العربي وأحضر الإنسان العربي أيضاً إلى المعالم، مما صاعد في إتخاذ التلفاز مساحة واسعة في الحياة اليومية للمواطن العربي، وتحولت تجربة المشاهدة إلى طقس، يعكس ويجسد الطابع الإجتهاعي والثقافي، وبذلك أصبح التلفاز وسيلة الاتصال الجهاهيري الأولى الأكثر إنتشاراً في الوطن العربي؛ إذ لم تكن الدول العربية بعيدة عن ما يحدث من ثورة معلوماتية كما إنه لم تتخلف كثيراً عن اللحاق بها.

ويرجع عهد الدول العربية بالفضاء إلى مرحلة مبكرة من عمر شبكات الفضاء الدولية، فقد شاركت أثنتا عشرة دولة عربية في تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية المعروفة بأسم (INTELSAT)، وكانت قد شاركت قبيل ذلك في الأتحاد الماني الدولي للاتصالات الفضائية (ITSC) الذي كان بمثابة هيئة مؤقتة لتدبير الأمور الإدارية والتنظيمية للانتلسات.

ويعد يوم 8 شباط 1985 منعطفاً إعلامياً وتكنولوجياً كبيراً لمدول العربية، إذ كانت البداية في إطلاق أول قمر صناعي عربي (Arabsat-A1)، ثم تلاه في حزيران إطلاق القمر الثاني (Arabsat-B1)، ومع القفزات الهائلة في هذا الميدان وتزايد القنوات الفضائية العالمية سعت أغلب الدول العربية إلى مواكبة التطورات في هذا المشهد التكنولوجي الحضاري؟ فتوالت وكثرت عملية إنشاء القنوات، إذ أنتشرت المضائيات العدمة والحاصة التي تبث يرامجها من داخل الوطن العربي وخارجه، وساعد في هذا العدمة والحاصة التي تبث يرامجها من داخل الوطن العربي وخارجه، وساعد في هذا

<sup>1</sup> راسم عمد الجيال، لاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط2مركز دراسات الوحدة العربية ميروت، 2001، ص278 2 بحد ماشدم الفاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عير الأقيار الصناعية، مصدر سابق، ص69 -70.

الإنتشار وجود أكثر من قمر صناعي يغطي المنطقة العربية وأهمها القمر الصدعي عربسات ويوتلسات، والتي يغطي بثها بشكل رئيسي الوطن العربي، وجزء كبير مها يغطي مناطق شاسعة من أوربا، بينها يغطي عدد محدود منها أمريكا الشهالية وأستراليا وأفريقيا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا، وتبث أغلب هذه القنوات برامجها على أقهار عربسات (2A-2B-3A)، في حين تبث باقي القنوات برامجها على أقهار (Intelsat 750 ، Nilesat 101).

والمُلاحظ أن عقد التسعينيات وما تلاه شهد إنطلاقة واسعة لعدد كبير من الفنوات الفضائية العربية العامة والمتخصصة والتي كانت إنطلاقتها إستجابة منطقية لما يشهده العالم من تطورات في هذا المجال وما قرضته النطورات في مجال تكنولوجيا الاتصالات في سرعة بلغة وسعة هائلة في نقل المعلومات والأخار والغاء المسافات، ويبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث قنوات فضائية أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها (116) هيئة منها العربية التي تبث قنوات متعددة الفايات والأهداف منها حوالي (79) قدة ذات الهيئات على شبكاتها قنوات متعددة الفايات والأهداف منها حوالي (79) قدة ذات المبرعة المنتوعة أو ما يسمئ بالفنوات الجامعة، وحوالي (202) قناة متخصصة؛ ويمكن المبرعة المنتوعة أو ما يسمئ بالفنوات الجامعة، وحوالي (202) قناة متخصصة؛ ويمكن المسعينيات من القرن العشرين والمتمثلة بها يأق:

 ردة الفعر المتعددة الجوانب لحرب الحليج الثانية عام 1991 وتغطية شبكة الـ(CNN) للحرب مما ساعد في إنشاء سوق لمنوع جديد من شبكات البث التلفازية في العالر العربي.

<sup>1</sup> عبد اللك المانية مصالم سابقة ص234.

<sup>2</sup> حود سا الترمان، إعلام جنيد اسياسة جنينة؟ (من القوات الفضائية إلى الانترئيب في العالم العربي)، ب- واعد الله الكندي، دار الكناب الحاممي، العين – الإمارات العرسة المتحلق 2003، ص60–62 .

2. إطلاق جيل جديد من الأقهار، ففي عام 1985 أطلق القمر (Arabsat)، وكلم تطورت أقهار الاتصال الصناعية وأحتلت المزيد من المدارات الدنيا في الفضاء، أرتفعت التوقعات بزيادة معة البث.

3. ظهور طبقة متميزة من المهنيين العرب الذين درسوا وعملوا في الغرب قبل أن يعودوا إلى بلادهم مستفيدين من التطور في مجالات التعليم والتدريب ومن الرخاء الإقتصادي الذي تبع الطفرة النقطية في سبعينيات القرن العشرين.

وكان الإنتشار القنوات الفضائية العربية في فترة زمنية قصيرة آثارٌ إيجابية وأخرى سلبية، فعلى الجانب الإيجابي حركت هذه القنوات، لاسبها الخاصة منها، المياه الراكدة في ساحة الإعلام العربي وحفزت القنوات الحكومية على الدخول في منافسة مع القنوات الحاصة؛ وعلى الجانب السلبي كشفت الأعداد المتزايدة من هذه القنوات الحاجة إلى الاستبراد لسد حاجتها من البرامج، كما أدخلت الأخبار الأجنبية وبعضها باللغة العربية إلى المنطقة العربية.

ولريكن مشروع الصناعة الإعلامية مطروحاً في العالر العربي، بما أدى إلى أن يظل الإستثيار في هذا للجال سياسياً بحتاً ومن أختصاص الحكومات والمؤسسات الرسمية التي تبنت التمويل لكي تتحكم في المضامين، وكان نشوء التلفاز في ظل الإشراف الحكومي للدول العربية ممهداً لأتباع سياساتها والتحدث بأسم حكوماتها ونقل المعلومت السياسية وتقديم التعليق عليها من وجهة النظر الرسمية، فخضع بذلك التلفاز خضوعاً مباشراً لرقابة ووصاية الحكومة، ومن ثم أصبحت الحكومة هي التي تختار الأخبار

<sup>1</sup> سعد لميب (رآحرون)، أعيال منوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي، القاهرة، 23 -24 تشرين الثاني 1996، ط2، 1999، ص74

<sup>2</sup> جون ب. الترمان مصفر ساق، ص

والمعلومات وتعرضها للجمهور من وجهة نظرها، لاسيا أن كثيراً من القادة في دول العالم الثالث يسيطرون على التلفاز لقناعتهم بها يمثله من أداة قوية لتطوير المجتمعات وحل المشاكل الصحية والإقتصادية والتعليمية، إلا أن الحدف الحقيقي هو لإحكام السيطرة السياسية على مجتمعاتهم، فأصبحت السمة البارزة للإعلام العربي الراهن هي تبعيته المطبقة والكاملة للأنظمة العربية الحاكمة مع وجود استثناءات قليلة، فتحول الإعلام العربي من إعلام معني بالقضايا والمهام الكبرى إلى إعلام معني بخدمة الأنظمة السائدة ومربر لوجودها، لاسيها أنه يتصف بكونه أحادي الجانب يُعبِّر عن آراء النخبة الحاكمة، ومن ثم ابتعد عن التفاعل ومن ثم ابتعد عن التفاعل الحي مع جهوره.

# تأسيس الإعلام المراقى:

إن رصد وتحليل مسيرة تشكّل الدولة العراقية الحديثة مطلع القرن الذهي، تكشف ضرورة عن الدور الإيجابي الذي مارسه الإعلام العراقي في عملية التحديث والتنمية السياسية والإقتصادية والإجتهاعية، إذ مع المراحل الأولى لتأسيس الحكومة الوطنية العراقية وحاجة القوئ السياسية والإجتهاعية إلى منابو فكوية ومبياسية للتعبير عن مواقفها المدهضة للاحتلال والأنتداب البريطاني آنذاك، أتسع تأثير الصحافة في العراق بزيادة عدد الصحف والدوريات التي كانت تُطبع في بغداد والموصل والبصرة ومختلف المدن الأخرى، وتميزت الصحف بالطابع السياسي في كل المعالجات الحزيبة والمستقلة أو المعارضة أو المؤيدة لسلطات الحكم آنذاك، بسبب تزايد وتعاظم الشعور الوطبي لدى أماء الشعب، وتقلبات السياسة بعد ثورة العشرين والمتدخل البريطاني في شؤون البلاد،

<sup>1</sup> عمد معوض، الحير الإباعي والمتلية ربوي، مصدر سابق، ص. 77 .

<sup>2</sup> دنق علي، تعرر المقال في الصحافة العراقية، دراسات في الصحافة العراقية، يعلمه، وزارة الإعلام، للسلمة الإعلام، و مر32.

ويمكن القول إن الصحافة كانت واحدة من أسس السيادة الوطنية المعبرة عن هوية المجتمع العراقي وتطوره، ففضلاً عن أنها كانت تمثل سجلاً لوقائع الحياة اليومية، الرسمية والشعبية، ومنبراً للآراء والأفكار، فإنها في الوقت ذاته جسدت الموقف الإيحابي والصحيح لدور العراق على المستوئ القومي والإنساني، وعززت من ذلك الدور على محتلف المجالات؛ وشهد منتصف العقد الثالث من القرن الماضي في العراق إنطلاقة وسيلة إعلامية ذات تأثير كبير في العمل الإعلامي على مختلف المجالات وهي الإذاعة، فقد كان العراق من أوائل الدول في المشرق العربي التي أقلمت على تأسيس إذاعة وطنية، إذ أعلن في شهر حزيران من عام 1936 عن تأسيس محطة الإذاعة اللاسلكية، وشميت بعد ذلك دار الإذاعة العراقية، ثم إذاعة بغداد، وكانت أولى خطواتها في البث لمدة ثلاث ساعات يومياً، ثم تطورت إلى عشر ساعات يومياً باللغة العربية، فضلاً عن ثلاث ساعات باللغة الكردية وساعة باللغة الإنكليزية؛ وأعتمدت في مرحلة تأسيسها ولفترة لاحقة على البث من الموجة المتوسطة الني تغطى مدينة بغداد ووسط العراق، وأستكملت بثها عبر الموجة القصيرة، بعد إكمال إنشاء منظومة مراسلات (أبو غريب) اللاسلكية عام 1951 لتغطى العراق والدول المجاورة؛ وكذلك فقد أنجز العراق إنشاء أول محطة تلفازية وطنية عام 1956، إذ يعد العراق أول دولة عربية أنشأت محطة تلفازية وطنية، بأسم (تلفزيون بغداد) الذي بدأ بالبث لمدة أربع ساعات يومياً، وبإرسال يغطى مدينة بغداد وضواحيها، ثم تطورت ساعات البث إلى ست ساعات يومياً، وتم بناء منظومة معيدات إرسال تلفازية لإيصال البث إلى مدن العراق الرئيسة الأخرئ، وبللك أستكمل العراق في العقد الخامس

<sup>1</sup> حسين عني بور؛ الدعوات السياسية في العنوات التلفزيونية المحلية، أطروحة وكنوراه غير منشورة، جامعة بمداد، كنية (علام، 2008. ص150 - 151

من القرن العشرين مقومات ما يُعرف اليوم بالإعلام بوسائله الثلاث الرئيسة المقروءة والمسموعة والمرئية.

وتعد الفترة ما بين قيام الحكم الملكي عام 1921 حتى قيام ثورة 14 تموز عام 1958، فترة كانت تفتقد بمجملها للإستقرار السياسي والإقتصادي والإجتماعي، مم حال دون قيام سياسة إعلامية أو اتصالية للإعلام العراقي واضحة المعالرا.

وتميزت مدة الحكم الملكي التي أنتهت بقيام ثورة 14 تموز 1958، في سياستها الإعلامية والصحفية، بظاهرة عدم الإستقرار بشكل عام من جهة وبأنها كانت أنعكاساً لسياسة ومواقف الحكومات المتعاقبة من جهة أخرئ، بسبب خضوع وسائل الإعلام كالتلفاز والإذاعة وبعض الصحف لسيطرة الدولة، كها كانت تسيطر على قطاع النشر الحاص عن طريق الرقابة وقوانيين المطبوعات، وبعض نصوص قانون العقوبات البغدادي الملغئ.

ودخر العراق مجال البث الفضائي عن طريق أشتراكه في منظمة (INTELSAT) وأمثلاكه محطة أرضية وأستئجاره القناة الجهاعية على قمر Arabsat، وفي 5 كنون الأول 1989 نجح العراق في إطلاق أول منظومة صاروخية بأسم (العابد) إلى الفضاء قادرة على حمل قمر صناعي.

بعدها تم تأسيس قناة العراق الفضائية في 23 آيار 1998 ضمن دائرة تلفزيون بغداد الدولي؛ ومعد إتمام إنجاز المحطة الأرضية من قبل الكوادر العراقية، تم تسلم بث قدة العراق الفضائية على القمر (Nilesat) بوضوح، وبذلك بدأت القناة بثها الفعلي يوم

<sup>1</sup> صبح ياسين، لإعلام في العراق (المسيرة الواقع..وإعادة البدء)، ورقة عمل قلمت إلى بلوة مستقبل العراق، مركز دراسات الوحدة العربية، بروت، 25 - 28 تموز 2005.

<sup>2</sup> خالد حبيب الراوي، سياسة الأمن الإعلامي في العراق، مجلة الأمن القومي، ع3، 1985، ص47

<sup>3</sup> خالد حبب الراوي، ثوابت السياسة الإعلامية في العراق، بجلة أناق عربيه، مغلات ع7، غور، 1993، من 24.

<sup>4</sup> بياد شاكر البكري، عام 2000 سوب المعطات الفضائية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عيّان، 1999، ص143.

الجمعة 17 تموز 1998 ومن دون تشفير، إذ بدأت القناة بث برامجها بواقع أربع ساعات تجريبية من الساعة الساعة الحادية عشرة ليلا وأستمرت القناة في يشها التجريبي مدة ثلاثة أشهر وشهدت هذه الفترة زيادة في ساعات البث، إذ أرتفعت إلى ست سعت، وفي 6 نيسان 1999 أرتفعت ساعات البث إلى ثهاني ساعات يومياً، وفي 28 نيسان 1999 أصبحت إحدى عشرة ساعة يومياً وعند أحتفالها بالذكرى الأولى لتأسيسها مددت القنة بثها إلى (12) ساعة يومياً من الخامسة عصراً وحتى الخامسة صبحاً، وأستمرت القناة بتمديد فترة البث إلى أن أصبح فيها البث على مدى (24) ساعة يومياً وذلك في الذكرى الثائنة لتأسيسها أي في 17 تموز 2001؛ ثم ما لمبث أن تغير بث القناة وذلك في الذكرى الثائنة لتأسيسها أي في 17 تموز 2001؛ ثم ما لمبث أن تغير بث القناة إلى القمر العربي (Arabsat) ليتم بث إرسال القناة إلى القمرين (Nilesat) و

## خصائص الإعلام العراقي منذ عام 1958-1968:

إن تتبع المسار الذي تطور فيه الإعلام العراقي بعد ثورة 14 تموز 1958 يكشف أن التحول الأساسي كان في إصدار صحف وطبة حكومية رسمية أول مرة، فقد كن تأسيس جريدة (الجمهورية) لتكون ناطقاً رسمياً بأسم الدولة العراقية يشكل حدثاً جديداً لم تعرفه الصحافة العراقية قبل ذلك، فضلاً عها أقلمت عليه السلطة الجديدة من إلغاء جميع أمتيازات الصحف والمطبوعات والدوريات، وإصدار موافقات بأمتيازات جديدة وفق شروط وضوابط سياسية تتهاشئ مع الأهداف والخايات السياسية للمظام السياسي الجديد؛ وفي الوقت نفسه تم تشريع قانون جديد للمطبوعات تم فيه وللمرة الأولى التوسع في حرية الصحافة وحماية حقوق الصحفيين، كها تم تشريع قانون مهني جديد للصحفيين، تم بموجبه تأسيس نقابة للصحفيين العراقيين، لتدافع عن حقوقهم وتنظم أشطتهم المهنية، وصدرت صحف وعجلات جديدة تعبر عن أنتهاءات سياسية كانت محظورة في المهنية، وصدرت صحف وعجلات جديدة تعبر عن أنتهاءات سياسية كانت محظورة في

<sup>1</sup> عمد صحي العريشي، قباة العران الفضائية، وساله ماجسير غير مشورقه جامعة مقدات كلية الأداب، قسم الإعلام، 2000، ص80

السابق، وأعطت الدولة دعماً لإنشاء مطابع حديثة، وتحسن توزيع الصحافة بين مدن العراق مع تحسن وتطور وسائل النقل والمواصلات.

وقد أسهم تطور تقانة الاتصال والتقلع العلمي في ميدان إندح المعلومات وتداولها، إلى تعزيز القدرة على صناعة الحبر وتوزيعه، وتم دعم ذلك بإنشاء وكالة وطنية رسمية للأنبء عرفت بأسم (وكالة الأنباء العراقية) والتي أستطاعت أن تبني لها شبكة من المراسلين المحليين في المدن الرئيسة وخارج الحدود الوطنية، وأدى ذلك إلى خروج الصحافة العراقية من محليتها، وتحولها تدريجياً من صحافة ذات أهتمامات وطنية وإقليمية إلى صحافة معنية بدائرة أوسع من الأهتيامات السياسية العربية والدولية؛ وكانت الفترة الممتدة بين عامي (1958 و 1968) قد شهدت انجذابات متنوعة على مستوي فرض الرقابة والسيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، وبشكل خاص الصحافة تبعاً للظروف السياسية آنذاك، إلا أنه يمكن القول أن الفترة بين الأعوام (1965، 1966، 1967) شهدت مدخاً إبجابياً على مستوئ حرية النعبير والرأي؛ إذ شهدت تلك السنوات أيضاً تأسيس نمط جديد من السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، وذلك بتأسيس المؤسسة العامة للصحفة عام 1967 في إطار دخول الدولة في ميدان أمتلاك وسائل الإعلام وكانت بدايتها صحيفة بومية سياسية، وأخرئ يومية سياسية باللغة الإنكليزية، وثالثة باللغة الكردية؛ وإصدار أول مجلة أسبوعية رسمية سياسية عامة هي مجلة (ألف باء) والتي استمرت بالصدور حتى عام 2003، وإطلاق إذاعة حكومية أخرئ هي إذاعة القوات المسلحة تبث ضمن منظومة الإذاعات الرسمية من دائرة الإذاعة والتلفزيون، وقد تم ذلك وفق توحهات مركزية تضع في أعتبارها الأول أن يتحول قطاع الإعلام في العراق إلى قطع عام، مع وجود قطاع خاص بشكل محدود، وعلى مستوى إصدار الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات الأدبية والعلمية وعلى نطاق محدودا.

<sup>1</sup> صباح ياسين، مصفر سايو.

### خصائص الإعلام المراقى مندّعام 1968-2003:

شهدت المؤسسات الإعلامية بعد عام 1968 تغيرات جذرية في الهيكلية وأسلوب الأداء بإنجاء تعزيز السيطرة المركزية على الاداء الإعلامي عن طريق إصدار سلسلة من التعديلات على قانون المطبوعات، وقد ترافق ذلك مع التوسع في إنشاء المؤسسات الإعلامية الرسمية، إذ تم أستحداث العديد من دور الطباعة والنشر والمرافق المعنية بالأنشطة الإعلامية والثقافية؛ وقد شهدت السنوات بين عامي 1968 و1975 صدور عدد من الصحف الحزيية في العراق، إلى جانب صدور عدد كبير من الصحف والمجلات المتخصصة عن النقابات والمظهات الشعبية والمهنية والجمعيات العلمية، مثل مجلة (المرأة) ومجلة (وعي العيال) وجريدة (صوت الفلاح)، وجريدة (صوت العلبة) ومجلة (الشبب)، فضلاً عن العشرات من الدوريات، وفي ذات الوقت صدرت العديد من الصحف الأسبوعية في عدد من محافظات العراق مثل صحيفة (الحدباء) في مدينة الموصل وصحيفة (البصرة) في مدينة الموصل من عم 1974 ولغاية عام 1982 في ما يأتيا:

- أمتلاك الحزب والسلطة أجهزتها الثقافية والإعلامية الملتزمة بخطها وأهدافها.
  - قيادة الحزب والسلطة الأجهزة الإعلام والإتجاهاته الأساسية.
- أصبح الإعلام يغطي مساحات واسعة من الحقول والأختصاصات، تشمل الإذاعة والتلفاز والمسرح والصحف والترجمة.

ويمكن القول أن السياسة الإعلامية بشكل عام لتلك المدة كانت تعمل ضمن خمسة محاور تتمثل في الآتي:

<sup>1</sup> التقرير المركزي الصادر من المؤتمر الفطري التأسم، 1982، دار الحرية للطباعة، معدان، 1983، من 157 -159 2 شعبان حسن حمدة، تجدهات السياسة الإخبارية لوكالة الأثباء العراقية (1997 -2003)، أطروحة دكوراء عبر معشورة، حصمة معداد، كليه الإعلام، 2005، ص109.

- النعبئة الجماهيرية.
- 2. الدفاع عن النظام السياسي السابق ومهاجمة خصومه.
- الرد على الإتجاهات الفكرية والثقافية والمواقف والقرارات التي تستهدف النظام السيامي السابق وحزبه الحاكم.
  - 4. إيصال منهج الحزب وأفكاره إلى أوسع الجهاهير.
  - إبراز صورة التنمية والتطور الإجتماعي داخل القطر.

وقد أعتمدت السياسة الإعلامية بعد ثورة تموز عام 1968 أسلوب التخطيط الإعلامي الشمل الذي يشكل المرحلة التالية لرسم السياسة الإعلامية في العراق، عن وفق أهداف مركزية عددة تحتويها هذه السياسة، ويترجمها المتخطيط الإعلامي الاستراتيجي وفق المنظور الإيديولوجي للحزب الحاكم في المجالات السياسية والإجتماعية والمتربوية والإقتصادية والثقافية وإشاعة مفاهيم النظام السياسي السابق وتقاليده والتعبئة الجهاهيرية، وتعميق الوعي بالأطر الجديدة التي يسعى إليها.

وصحيح أن السيامة الإعلامية في العراق لا تخرج عن دائرة الإعلام الموجه مركزياً لكن هذا لا يعني أن السيامة الإعلامية المركزية لا تجدمن يستطيع أستيعابها وتصريفها في قنوات إبداعية نهايتها مفتوحة لأجل التطوير والإبداع.

و لهذا السبب أبتعدت سياسة الإعلام العراقي عن قضايا الشعب وفقدت الشجاعة في تناول هذه القضايا تعبيراً عن إرادة المسؤول الإداري وحقوقه من إثارة المتاعب أمام المؤسسات الإعلامية وأجهزة الدولة العليا، فكان هذا الخوف يشكل عبئاً مقيداً لرحال

<sup>1</sup> جسم حس عطية العبرسي، الأبعاد الاستراتيجية للإعلام العراقي في السميميات (1990-1999)، أطروحة دكتوره، عبر مسشورة، جعمة بعداد، كنية الأدامس 2001، ص118.

<sup>2</sup> حيده سمسم، الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق، سحث مقام إلى المؤتمر القطري الأول فلإهلام، جامعة معداد، كل الأداب، قسم الإعلام، تشريل الأول، 2001، ص24

الإعلام في إختيار المسالك الصعبة وإختيار الأنموذج الجديد للعمل الإعلامي، لذلك أحفى الكثير من الحقائق نفاقاً، وضلل المواطن بمعلومات غير دقيقة وقتل الحوار الإسدني لمجابهة المشكلات والتحديات.

وقد تميز الإعلام العراقي طيلة المدة الممتدة بين عام 1968. 2003 بالدعية المفرطة والمركزية المطلقة؛ وكان الدستور العراقي المؤقت والصادر في 16 تموز من سنة 1970 ينص على أحترام حرية التعبير والصحافة والنشر ولكنه يشترط أن يكون ذلك تطبيقاً للتوجه الثوري والقومي التقدمي أي (لمبادئ حزب البعث)؛ ومنذ ذلك الحين تمكن النظام السياسي السابق وحزبه الحاكم آنذاك من إخضاع الإعلام العراقي ووسائله بشكل تدريجي لتوجيه مركزي من الدولة وقيادة الحزب، والإشراف عليه وتوجيهه حسب سياسة الحزب ومبادته وأهدافه، وأصبحت أجهزة الإعلام امتداداً لنوع النظام؛ إذ كان قطاع الإعلام السمعي المرثي يتكون فضلاً عن التلفاز الحكومي المتمثل بالأرضية العراقية، (تلفزيون الشباب) وإذاعة (صوت الشباب)، أما الإذاعتان الرئيسيدن في البلاد فها (إذاعة الجمهورية المراقية) وإذاعة (أم المعارك)، كما أنشأ العراق كبقية الدول العربية عطة تلفازية فضائية (قناة العراق الفضائية)؛ ولريكن يصدر من الصحف في تلك الحقبة من حكم النظام السابق سوئ ستة صحف هي:

- 1) النورة: الناطقة باسم حزب البعث العربي الاشتراكي في العراق أنذاك.
  - 2) الجمهورية: حكومية رسمية.
- 3) ببر: كتب صاحبها عدي صدام حسين انها تصدر بتفويض من الشعب.
- 4) الفادسية: صدرت إبان الحرب العراقية الايرانية عن وزارة الدفاع ومنح رئيس
   تحريرها رتبة لمواء في الجيش العراقي.

<sup>1</sup> حيدة سمسم، التصليل الإعلامي في العدوان الثلاثيني، عبلة آفاق عربية، مغلاد، العدد 1 - 2 كانون لتان، شياط 1995، ص52

- العراق: جريدة كوردية باللغة العربية داعمة لصدام حسين بأسم الأحراب الكوردية.
  - بعداد أويزرقر: تصدر باللغة الانكليزية.

وبلك يمكن القول إنه حتى وقت قريب كانت قنوات العمل الإعلامي المختلفة في العراق، وبناءً على الأسس والمرجعيات التي كان على هديها يسير الإعلام العراقي قبل الحرب الأخيرة في عام 2003؛ وفي مقلمتها محطات البث المرثي والمسموع، واقعة بالكامل في دائرة مغلقة يهيمن عليها ويتحكم بالياتها النظام الشمولي السبق، وكن الإعلام العراقي لا يُمثل سوئ واجهة ضيقة تقتصر مهمتها على الترويج للنظام السيسي دون الأهتهام بجوهر العمل الإعلامي وغاياته الحقيقية ودون الإلتزام بمعاييره، إذ لريكن متحا بأي شكل من الأشكال الآية جهة فردية أو جماعية، فرصة إنشاء أي من القنوات الإعلامية لا تنتمي إلى السلطة والا تمثل سياستها، هذا الأمر أصاب الإعلام العراقي وكل النشاطت المرتبطة به بشلل تام وأوجد حالة الجهاد حادة لكل ما من شأنه أن يؤدي إلى النمو والتطور أيس في مؤسسات الإعلام فحسب وإنها في غنلف المجالات الثقافية المنمو والتطور أيس في مؤسسات الإعلام فحسب وإنها في غنلف المجالات الثقافية الأخرى، التي عادة ما نؤثر وتتأثر بالحركة الإعلامية .

# خصائص الإعلام العراقي بعد 9 نيسان 2003:

شهدت الساحة الإعلامية العراقية عقب الاحتلال الأمريكي صراعاً كبيراً لما شهدته من أسلوب فوضوي أطلق عليه (الإعلام غير المنضبط)؛ وقد أشار التقرير الصادر عن قمة بغداد للصحافة، التي عقدت في عام 2009 وتم تنظيمها من قبل الاتحاد الدولي للصحفة بالتعاون مع نقابة الصحفيين العراقيين، إلى وضع الإعلام العراقي بعد عام 2003 بقوله: "كان اسقاط النظام السابق قد مهد إلى بداية حقبة جديدة في المشهد الإعلامي العراقي الذي تحول من مجرد مشهد ينطوي على بضعة مشاريع إعلامية تديرها الدولة وتعمل ليث الدعابة المؤيدة لإتجاه عمل حكومة الحزب الواحد القائمة أنذاك إلى

إعلام حر يمثل تنوعاً في الإتجاهات التي تعكس أجندات وآراء متضاربة؛ وقد برزت الصحافة والإعلام العراقي عموماً من بين الآثار والظلال التي خلفتها الحروب التي خاضه النظام السابق والاحتلال الحالي للبلد والتمحور الطائفي والعرقي العميق لتصرب مثلاً على المكفاح الساعي إلى صياغة رؤية جديدة كلياً لمعنى الديمقراطية والتهاسك الإجتهاعي والسياسي المبني على حرية الإعلام ومهنيته".

إذ أفرزت هذه المرحلة تشكيلة جليدة غير منسجمة من وسائل الإعلام غلب على أكثريتها طابع الحزبية السياسية التي تعددت فيها الولاءات والإنتهاءات لجهات داخلية وخارجية، كها لمر تخل الساحة الإعلامية العراقية رغم ذلك من وجود إعلام تميز بالإستقلالية والحيادية تقف وراءه شخصيات وجهات إعلامية وطنية متخصصة لكنها لم تلم طويلاً لصعوبة التمويل؛ في حين تمسك حزء ثالث منها بالولاء للاحتلال وأجندته كونه يقف وراء تمويلها؛ وتأسيساً على ذلك، يكون الإعلام العراقي قد عبر عن نفسه في هذه المرحلة بأنه مزيح من الآراء والقناعات والأفكار والأجندات المتناقضة، تتلاعب به السياسات المتصارعة لأجل النفوذ، أطلق عليها حقبة الفوضي الإعلامية أو حقبة ثورة إعلامية كبرئ لم يشهد لها تاريخه مثيلاً، تمثل في صدور عشرات المصحف والمجلات، وبدء بث عطات تلفزة عربه الإذاعات المتعددة لكل الطوائف والمذاهب والأدبان، وبدء بث عطات تلفزة علية وفضائية، وشبكة معلومات دولية حرة بلا رقيب، فضلاً عن منافذ إعلامية أخرى.

للمادر حود استعلائية الإعلام وسعاح الشيسة واطبة في العراق جويلية الصباح،

http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akbar&mit\_interpage&sid=91653

<sup>2</sup> ماصر البدري، واقع الصحافة العراقية في زمن الاحتلال الامريكي، من كتاب ثورة الصورة (المشهد الإعلامي و نصاء الواقع)، مجموعة مؤلمين، مركز دراسانت الوحدة العربية، بيروت، ص15-16.

وتم بعد الاحتلال الأمريكي للعراق في 9 نيسان 2003 وبموجب الصلاحيات المنوطة لمدير سلطة التحالف المؤقتة (ك. بول بريمر) في 17 حزيران 2003 لإدارة سلطات الحكومة المؤقتة (من أجل إدارة شؤون العراق بفعالية خلال فترة الإدارة الإنتقالية)، وعلى أساس هذه السلطة المُطلقة للتصرف بشؤون العراق، فقد صدر ما يسمى (ملحق أمر سلطة الائتلاف المؤقتة رقم (2) تحت عنوان (حل كيانات عراقية) والذي أمر فيه بحل كل من المؤسسات الآتية: (وزارة الإعلام، وزارة الدفاع، وزارة الدولة للشؤون العسكرية، جهاز المخابرات العامة، مكتب الأمن القومي، مديرية الأمن العام، جهاز الأمن الخاص).

وجه كذلك في هامش الأمر أعلاه: "تُحل كذلك جميع المنظهات التابعة للكيانات المنطقة المنط

وأدئ قرار حل وزارة الإعلام " إلى إلغاء مؤسسات كانت قائمة ويتصل عمرها مع عمر الدولة الحديثة، وإلى تصفية وتدمير معدات وأجهزة تم أستيراده بمليارات

1 جريدة الرفائع العراقية ، العدد المبادر في 17/6/2003

<sup>\*</sup> ثبن الاحتلال الأمريكي للعراق 2003 كانت موسسات الإهلام والثقافة في العراق تتبع وزارتين وكالآن: وزارة الإهلام وتبعها المؤسسات لآنية 1)وكانة الأمياء العراقية، 2003 كانت موسسات الإهلام، 4) عانية المتدعية المنية المارك المورث الإدارية، 4) عان المارك المارك المعرث والمعلومات 12/داره الإدارية والتلفزيون 12/دارة المورث بالمعالبة المارك المحرث والمعلومات 13/داره الإدارية تعمر المورث المنية المنية المارك المنية المارك المناوية المناوية المارك المناوية المارك المناوية المارك المناوية العامة المناوية المارك المناوية المناوي

الدولارات، فضلاً عن تسريح أكثر من أربعة آلاف موظف وعامل كانوا يعملون في تلك الوزارة.

وما أنَّ تم أحتلال العراق وتُعرت مؤسسات الإعلام، وأعقب ذلك صدور أمر الحاكم المدني الأمريكي (بول بريمر) بحل وزارة الإعلام، حتى أنطلقت حالة من الفوضي الشاملة على مستوئ إصدار الصحف اليومية والأسبوعية، وصدرت في الشهور الستة الأولى للأحتلال في عام 2003 بحدود (200) صحيفة وما يقارب (70) محطة تلفازية (أرضى وفضائي) وإذاعية ومواقع إخبارية، بعضها تم تسجيله لدئ نقابة الصحفيين العراقيين وبعضها الآخر غير مُرخص قانوناً مستفيدة من الفوضي التي سادت الساحة المراقبة عامة وتحديداً الإعلامية منها؟ كما شهدت هذه المرحلة إنطلاق إذاعات محلية تبث على موجة الـ(FM) أو المتوسطة، بلغ عددها أكثر من (20) محطة بالإضافة إلى إعادة بث عمل بواسطة الـ(FM) لإذاعات أجنبية ناطقة باللغة العربية في بغداد، وبعص المدن الرئيسة الأخرى في العراق مثل البصرة والموصل، كذلك أنطلقت قنوات تلذزية محلية في بغداد وباقي المدن العراقية، ويغطى بثها جزءاً من العراق، هذا إلى جانب تأسيس محطات تلفازية فضائية عراقية تبث عبر اقيار (Hotbird ،Nilesat ،Arabsat)، كما ظهرت خلال هذه الفترة أيضاً استخدام الأنترنت، عن طريق المواقع والمدونات الشخصية من دون حجب أو رقابة أو تدخل من قبل الدولة شأنها في ذلك شأن أية دولة تتمتع بالديمقراطية في العالر، من دون تعرض أي فرد لمساءلة قانونية على العكس مم يجري في المحيط الأقليمي.

وبهذا الصدد تقول (جوديث يافي) الخبيرة في شؤون الشرق الأوسط في جامعة الدواع الوطني الأميركية: "في وقت ما بعد سقوط النظام السابق كانت هالك 200

<sup>1</sup> مساح ياسيره مصدر سابق .

<sup>2</sup> منهن البدراني، واقع المنحانة العرامية في زمن الاحتلال الامريكي، مصدر سابق، ص18

جريدة بعضها لريتعد كونه مجرد أوراق مطبوعة"، ويحسب (جين آراف) الرئيسة السابقة لمكتب الـ(CNN) في بغداد، فأن أغلب الصحف التي ظهرت بعد آذار 2003 كانت تُدار من قبل منفيين عراقيين سابقين عادوا بعد سقوط النظام السابق وهم مزودون بالحبرة الصحفية التي أمتلكوها من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية ودول الخليج العربي.

أقلمت سلطة الائتلاف المؤقنة برئاسة (بول بريمر) وكإجراء تنظيمي مؤقت للإعلام العراقي الجديد على إصدار قرارين بتاريخ 20 آذار 2004، يحمل القرار الأول الرقم (65) وهو قرار خاص بتأسيس الهيئة الوطنية العراقية لملاتصالات والإعلام، أما القرار الثاني فيحمل الرقم (66) والذي ينص على تأسيس الهيئة العراقية العامة لخلعات البث والإرسال؛ هذان القراران يعتبران من بين أهم محطات تأسيس الإعلام المراقى الجديد، فهما يستهدفان توفير الهيكلية القانونية والإدارية لتقعيل أهداف ووظائف عمل الإعلام العراقي الجديد وآلياته؛ وقد أصدرت الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام مجموعة من القوانين على شكل توجيهات عامة حول قواعد ونظم التغطية الإعلامية والتوازن في بث الأخبار هذا فضلاً عن توجيهات عامة لوسائل الإعلام حول عدم التحريض على العنف والكراهية وغيرهاء خصوصاً بعد زوال النظام السابق، أنفتح فضاء الإعلام والاتصالات واسعاً، حتى بدا للكثيرين أنه فضاء بلا حدود وبلا ضوابط. الأمر الذي أوجد حالة أنفلات عامة كادت أن تؤدي إلى فوضي لا يمكن التحكم ب، ومن هنا جاءت أهمية وحود هيئة الإعلام والاتصالات كجهة تضطلع بمسؤولية التنظيم والتطوير لقطعي الإعلام والاتصالات على وفق أمس حديثة منسجمة مع المجتمع العراقي، مع عالر صار يعتمد في كثير من حركته على فعالية وسائل الإعلام والاتصالات؛ وهذه الهيئة تعد مستقلة غير مرتبطة بأية جهة حكومية بموجب الدستور العراقي، مهمتها تنظيم

وتطوير الإعلام والاتصالات في العراق ضمن المعايير الدولية الحديثة، وتتولى الحكومة العراقية المسؤولية المباشرة عن تطوير وأعتهاد سياسة أستراتيجية في مجال الاتصالات وأصدار النشريعات بشأنها، وتقوم هيئة الإعلام والاتصالات بدور المنظم المستقل الذي ينفذ هذه السياسة، فضلاً عن تطوير السياسات الميدانية الخاصة بها.

أما (الهيئة العراقية العامة لحدمات البث والإرسال)، فكان من مهامه الرئيسية تأسيس (شبكة الإعلام العراقي) والإشراف عليها وإدارتها إعلامياً ومالياً بها يُمكّبه من تحقيق الأهداف التي يتضمنها الأمر (66) في تقديم البث العام بأعتباره يعني الجمهور العراقي بكل مكوناته وتياراته ومناطقه بشكل متوازن وعادل ومُنصف ونزيه وحيادي وهي الأهداف التي لم تتحقق بالشكل المطلوب والمُرتجين في الواقع، وهي بللك تكون الجهاز الوحيد الحكومي المؤهل لعمليات البث الإذاعي والتلفازي في العراق.

ومنذ ذلك التاريخ يعيش الإعلام العراقي حالة من النمو الكمي مدفوعاً وبشكل تدريجي بنوع من التداخل والمنافسة والفرز الكيفي؛ خصوصاً وأن من الأمور الأساسية التي يجب أخذها بالحسبان أن المجتمعات متعددة الأطياف (مثلها هو حال المجتمع العراقي) تفترض قبل إتاحة المجال لظهور الإعلام المتعدد، تحديد الثوابت الوطنية وصياغته في سيسات إعلامية تُلزم وسائل الإعلام بالتقيد بها، والعمل في إطاره من دون تجوز عدداتها، لأن من شأن خياب هذه المحددات جعل الإعلام مساهماً في تشويش الرأي العام بدل تنويره، وهي المهمة الأساسية الملقاة على عائقه والمطلوب تحقيقها في المجتمعات التي تطمح إلى أن تكون ديمقراطية؛ وعندما لا تتوفر للإعلام الديمقراطي السياسة الإعلامية الأستراتيجية التي تتمثل فيها مصالح الشعب والدولة، فأن رسائله متنطوي على خطابات متناقضة بدل الحطاب الوطني؛ وبذلك أسهم غباب السياسة الإعلامية الواضحة في العراق بعد سقوط النظام السابق إلى إيجاد تعددية إعلامية تبدو في

<sup>1</sup> http://www.cmc.iq

ظاهرها تعبراً عن نهج ديمقراطي يُواد له أن يُشاع، إلا أن هذه التعددية عكست في مضمونها روحاً ديكتاتورية بسبب أحاديتها، ولم تأت هذه النتيجة لكون الجهات الواقفة وراء وسائل الإعلام تعبش أزدواجية في مواقفها إزاء الفكرة الديمقراطية فحسب، بل لأن آليات العمل التي تسير على وفقها هذه الوسائل لمن تؤدي مهما تعددت إلا إلى نهج أبعد ما يكون عن المسارات الديمقراطية، ولذلك تلاحظ أن أغلب المضامين التي تناولتها وسائل الإعلام العراقية عكست تعللهات ومصالح وأهداف حزبية ضيفة، ولا يُعد هذا أمراً غريباً طالما كانت أغلب هذه الوسائل تتبع هذا الحزب أو ذاك، أو أنها تنلقى تمويلاً مبشراً أو غير مباشر من جهات بعينها.

ويقول (سمير الصميدعي) سفير العراق الأسبق في واشنطن بمقالته المعنونة (الإعلام في العراق: حرية الفوضي): "إن الشعب العراقي الذي كأن متعطشاً للأخبار غير المقيدة قد أسهم في تشجيع وتقوية هذا الإنفجار الإعلامي، وعلاوة على ذلك أسهمت التغيرات البنيوية للمؤسسات والقوانين العراقية في تعزيز هذا النمو، ومن بين هذه التغيرات تأسيس هيئة الاتصالات والإعلام العراقية كهيئة مستقلة مصممة للإشراف على تنظيم وتطور الإعلام العراقي بها يتهاشئ ومبدأ الإعلام الحر، واقرار الحق في حرية التعبير في الدستور العراقي، إذ أصبح هذا الحق جزءاً واضحاً تم تضمينه في الدستور الدائم للبلد".

وبعد الإعلام العراقي خير مثال على مستوئ التناغم بين الوظيفة الإعلامية من حهة والأنسياق إلى طبيعة النظام من جهة أخرئ، ففي الحكم الملكي كانت هناك لوانح وتشريعات تنظم العلاقة بين وسائل الإعلام والمتلقي بواسطة جملة من الضوابط التي

<sup>1</sup> جنير وادي، إعلامنا الديمتر اطي. تشوش الرأي العام، جريدة للدي،

http://www.almadapap<mark>er.net/old/paper.php?source=akbar&</mark>mlf=interpage&sid=33133 2 عادل موده مصدر سابق

عملت إلى حد كبير على تنظيم شؤون الطباعة والنشر آنذاك وسارت هذه الضوابط بتعديلات وإضافات تشريعية بحسب الحكام اللبين تعاقبوا على حكم العراق، فقد مرت الكثير من الشواهد على تعطيل وحجب بعض الصحف والمطبوعات نتيجة خروجها عن بعض الحطوط التي وضعتها السلطات وخاصة في فترة الخمسينيات والستيمات؛ وبعد تولي النظام السابق مقاليد السلطة في العراق كان الإعلام العراقي قد سار عني أفق سياسي يُعبّر عن طبيعة وتوجهات هذا النظام، إذ كانت جميع وسائل الإعلام مملوكة للدولة وهي تعبر من ثمَّ عن سياستها بحصر وتقنين قنوات معينة مقروءة أو مرثية أو مسموعة، وهنا بالطبع كان لا مجال للحديث عن حربة الإعلام أو وظيفته في التعبير عن ضمير المجتمع واحتياجاته الأساسية؛ أما بعد سقوط النظام السابق فقد اتسم الإعلام العراقي بالوفرة والتعددية كأحد مظاهر الديمقراطية، لكن على الرغم من هذا التنوع والأنتشار وملامح التأثير لوسائل الإعلام المختلفة على بنية المجتمع العراقي، إلا أن ذلك ما زال يواجه جملة من المشكلات، بل وضع لتلك الوفرة والسعة والتنوع والكيفية ضوابط ذاتية أشبه ما تكون قاعدة من الاستثناءات ظل تأثيرها يراوح على حساب الزمن، وطرق الإفادة الحقيقية من قوة وسلطة وسائل الإعلام في التعجيل التنموي وتسريع الوعي الديمقراطي.

ويمكن إيجاز المشهد الإعلامي العراقي بعد عام 2003 في ظهور ثلاثة أنواع من وسائل الإعلام، من صحف ومحطات إذاعية وتلفازية وكها يأتي:

 إعلام الدولة: وهو الإعلام الممول من قبل الدولة دون أن يُدار من قبل الحكومة ودون أن يكون ناطقاً رسمياً بأسمها، مثل قناة العراقية الفضائية وجريدة الصماح.

<sup>1</sup> كامل حسود القيّم، الإعلام وشعائية الملومات في ظل الإنتخابات للحلية في العراق، ورقه عمل مقدمة الل المؤتمر المسوي العسمي الثالث، كلية الإعلام، جامعة بغدات 2009، ص8.

2. إعلام الأحزاب: وهو الإعلام الممول من قبل الأحزاب والمعير عن توجهانها الرسمية التي تؤدي دورا مهم في صياغة الرأي العام مثل صحف البيان، والتآخي، والدعوة، والاتحد، وطريق الشعب، والوطن، والبيئة، وقنوات فضائية مثل بلادي وبغداد والفرات والحرية والبابلية وكوردستان ...الخ.

3. إعلام القطاع الحاص: وهو الإعلام الممول من قبل هيئات أو أفراد، ويعد من إنتاج (المجتمع المدني)، إذ يمثل هذا النوع من الإعلام في المجتمعات الديمقراطية الحلقة الأهم في المجتمع المدني، إذا ما تم توظيفه بشكل مهني، وهذا الإعلام يتمثل في قنوات السومرية والشرقية والديار والبغدادية...الخ.

وأمام هذا الوضع وجدت وسائل الإعلام العراقية نفسها فجأة في مواجهة وضع جديد لريكن مألوفاً في العراق طيلة المقود الماضية، فبعد الرقابة الصارمة التي كان النظام السابق بهارسها في إدارته لمختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة والتي كانت أشبه بنوع من أنواع الدعاية والوصاية، أصبحت الساحة الإعلامية في العراق متاحة لكل من يريد أن يصدر جريدة أو ينشئ إذاعة أو يؤسس قناة تلفازية (أرضية أو فضائية) من دون رقيب.

وشهد الإعلام المرئي وخصوصاً الفضائي وتائر عالية من التنوع فقد أتخذت الدولة والأحز ب السياسية والشخصيات لها مكاناً خاصاً في فضاء العراق الجديد وطورت من قابليات فحولت صحفها أو إذاعاتها أو تلفازها المحلي إلى قنوات فضائية فنتج عن ذلك فسيفساء إعلامي يحاكي الساحة العراقية؛ وأنبئقت العشرات من القنوات الفضائية العراقية وأصبحت المنافسة على أشدها بينها لأحتلال موقع على الساحة المحلية بعد أن كنت الساحة الإعلامية تعمل بتلفزيون العراق الرسمي وقناة الشباب وقناة العراق المضائية الرسمية، إذ ظهرت قنوات خاصة وعامة ومتخصصة سواء كانت للدولة أو

للأحزاب والجمعيات والكيانات السياسية أو لشخصيات حاولت أن تدخل هذا المجال الأسباب اقتصادية أو أيديولوجية أو غيرها من الأسباب لكسب الشارع العراقي والعربي. فبذة تعريفية عن القنوات الفضائية العراقية "بعد عام 2003:

ظل العراق خلال أكثر من ثلاثين علماً يفتقر إلى أبسط التقنيات في مجالات الإعلام وتبدل المعلومات بسبب القيود القاسية التي فرضها النظام السابق على المواطن ومؤسساته المدنية؛ ولكن بعد سقوطه عام 2003، بدأ الشعب العراقي مسبرته في عملية البناء الجديد، وكان على وسائل الإعلام العراقية أن تؤدي دورها الريادي والمؤسس حديثاً لمخاطبة الرأي العام العراقي والعربي والعالمي؛ وبرز دور الفضائيات العراقية بصورة جديدة وبحرية مطلقة، ويتمثل المشهد الإعلامي الفضائي العراقي حالياً بوجود عدد كبير من الفضائيات الملوكة للحكومة ومنها المملوكة للقطاع الخاص نذكر منها:

1) شبكة الإعلام العراقي: تم تأسيسها بعد سقوط النظام السابق عام 2003 من قبل القوات متعددة الجنسيات وبقيت تحت سيطرتهم إلى حين إدراتها من قبل الكوادر الإعلامية العراقية في عام 2004، ويتم تمويلها من قبل الحكومة العراقية وحالياً لديه قنوات تبث على باقة واحدة وتضم: قناة العراقية العامة، العراقية أطبف، العراقية الدينية (الفرقان)، العراقية الرياضية، العراقية مباشر؛ وفكرة تأسيسه تم على شكل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وتعد قناة فضائية ناطقة بأسم الحكومة العراقية.

1 يخر

<sup>&</sup>quot; المعلومات المواردة في المعراسة بمخصوص القنوات العضائية العرانية لذاية عام 2010، لذا اقتصى التويه

المواقع الانكفروبية الخاصة بالمتوات المضائية العراقية.

منق علي ، الإعلام وتأثير مني العملة السياسية في العراق ، من اوراق اسبوع للدئ الثقافي الخامس ، جريدة المدى
 http://www.almadapaper.com

ثانياً: القنوات الفضائية التي لا تنتهج تهجاً سياسياً حزبياً ونذكر منها:

- قاة الشرقية: بدأت بثها من أستوديوهات في بغداد ودبي في منتصف شهر أذار 2004 ضمن مؤسسة إعلامية تسمئ مؤسسة الإعلام المستقل ويرأسه الإعلامي العراقي (سعد البراز) ويتم تمويلها من قبل المؤسسة أعلاه.
- قناة الديار: تأسست في عام 2005 في القاهرة وهي من القنوات الذي تديره وتمولها شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART)، ويشرف عليها الفنان والإعلامي العراقي فيصل الياسري، وتبث من بغداد.
- قناة البغدادية: بدأت بثها في عام 2005 ضمن أسترديوهات بغداد والقاهرة ويرأسها عون الخشلوك.
- 4. قدة السومرية: وتبث من بغداد وبيروت، تمول برؤوس أموال عراقية لبنانية بدأت بثها عم 2005 ويديرها الفنان (جاسم اللامي).
- 5. قناة الفيحاء: بدأت بثها في عام 2004 من أستوديوهات دبي، وأغلقت عام 2006 بسبب مستحقات مالية في دبي ثم أفتحت في مدينة السليمانية مرة أخرى بعد ثلاثة أشهر ومديرها العام الإعلامي (هشام الديوان).

ثَلثاً: القنوات الفضائية ذات النهج الحزبي الليني ونذكر منها:

- الفرات: بدأت بثها من يغداد عام 2005 وهي ناطقة بأسم المجلس الأعلى الاسلامي.
- 2. ثناة بغداد: بدأت بثها من يغداد عام 2006 وهي ناطقة بأسم الحزب الاسلامي العراقي.

- 3. قنة بلادي: بدأت بثها عام 2006 من بغداد وكانت ناطقة بأسم حزب الدعوة الاسلامي وثم أصبحت ناطقة بأسم تيار الاصلاح الوطني/ الدكتور ابراهيم الحعفري.
- فنة المسار: بدأ بثها عام 2006 من بغداد وهي ناطقة بأسم حزب الدعوة تنظيم الداخل.
- 5. قناة الرافدين: وتبت من القاهرة وهي ناطقة بأسم هبئة علماء المسلمين التي تم أغلاق مقرها في بغداد ويرأسها حارث الضاري.

رابعاً: القنوات الفضائية الحزبية السياسية ونذكر منها:

 أندة البابلية: بدأت بثها في عام 2007 من أستودبوهات عمان ويرأسها السياسي العراقي صائح المطلك.

خامساً: القنوات الفضائية ذات النهج القومي والحزب السياسي ونذكر منها:

- 1- قناة عشتار: وهي أول فضائية مستقلة في أقليم كوردستان العراق، تأسست في عام 2005 وهي مسيحية مختصة بالشأن الأشوري الكلداني السرياني ومديرها العم الإعلامي (جورج منصور) تبث من محافظة أربيل باللغتين العربية والأشورية خطاب وطني بصورة عامة وكلدو آشوري بصورة خاصه تمول من المنظات والهيئات المعنية بالقومية الكلدو آشورية.
- 2- ثناة كوردستان TaV: بدأت بئها أواسط التسعينيات وتبث إرسالها باللغة الكوردية من أربب، وهي ناطقة بأسم الحؤب الديمقراطي الكوردستاني ومديرها العام (كاروان عقراوي).
- 3- قدة كوردسات: وتبث باللغة الكوردية وهي ناطقة بأسم حزب الاتحاد الوطني الكوردستاني بدأت بثها في أواسط التسعينيات من السليهانية ومديرها العام الإعلامي (آوات نحم الدين).

- 4- قناة الحرية: بدأت البث عام 2006، وهي تابعة لحزب الاتحاد الوطني الكوردستاني
   وهي ناطقة باللغة العربية وتبث إرسالها من بغداد.
- 5 قدة آشور: بدأت بثها كفناة أرضية في الأساس عام 1995 في مدينتي دهوك وأربير ثم أصبحت فضائية في أواخر عام 2004 وهي قناة تهتم بخصوصية الشعب الكلدو آشوري السرياني ومديرها العام (وليام وردة).
- 6- قنة تركمان آبلي: أغلب بثها باللغة التركمانية ولديها أستوديوهات في كركوك وأنقرة وهي ناطقة بأسم الجبهة التركمانية العراقية وبدأ بثها عام 2006 وخطابها سياسي خاص بالقومية التركمانية.

سادساً: القنوات الفضائية التي تبث بأسم مجالس محافظات عراقية ونذكر منها:

- أن قدة الموصلية: وتبث من محافظة نينوئ وبتمويل من رئاسة مجلس المحافظة وبدأت بثها عام 2007 وأغلب برامجها عامة وخاصة بمحافظة نينوئ.
- قناة صلاح الدين: تبث من محافظة صلاح الدين بتمويل من رئاسة مجلس المحافظة وبدأت بثها عام 2006 وهي خاصة بمحافظة صلاح الدين.

إضافة إلى وجود القنوات التلفازية المحلية في المحافظات كافة.

إن المتنبع للمشكلة الحقيقية التي يعاني منها الإعلام العراقي ينبغي أن يبدأ بالمرحلة الحرجة والصعبة التي مر بها هذا الإعلام خلال العقود الماضية والتي كان فيه الإعلام زمن النظام السابق إعلاماً مركزياً موجهاً يدور عوره الأساسي نحو تحقيق أهداف وغايات السلطة بغض النظر عن مصداقية التعاطي مع المعلومة والحبر؛ لذلك فأن الإعلام العراقي عش خلال العقود الثلاثة الماضية مرحلتين مريرتين، تمثلت الأولى في سيطرة السلطة على المؤمسة الإعلامية وتسخيرها لحدمة صياستها، أما الثانية فقد تمثلت في مرحلة

<sup>1</sup> اشرر قاءً عراقيه مصائية جديدة الجامعة والمجتمع، العدد الاول، سِمان 2005، من 2

<sup>2</sup> مدر العتبي، حرب المصانيات العراقية، www.alraialaam.com/28-2-2006/ie5/special.htm

ما بعد أحتلال العراق وسقوط النظام السابق والتي شهدت إنفلاتاً أمنياً وإعلامياً، إذ صدرت مثات الصحف والمطبوعات التي تفتقر للحرفة الإعلامية والمهنية إضافة إلى ظهور نوع جديد من الصحافة العراقية كانت قد غيبت منذ سقوط النظام الملكي عم 1958 وإن وجدت بعد هذا التاريخ فأنها عدودة وغير فعالة وهي (صحافة الأحزاب)، إذ كان لتعدد الأحزاب السياسية الموجودة في العراق تأثيرًا على تعدد وسائل الإعلام الناطقة بأسمها، والتي أصبحت تبتعد عن المضمون الإعلامي المهني وتكتفي بها يخدم مصالح الحزب وأهدافه وسياسته الذي تتمي إليه؛ وقد صدرت عشرات الصحف اليومية والموسمية وتذكر منها:

- الصباح: وهي حكومية أصدرتها قوات التحالف بعد احتلال العراق.
  - 2. الصباح الجديد: وهي خاصة، رئيس تحريرها اسهاعيل زاير.
    - المدئ: وهي خاصة ويرأس تحريرها فخري كريم.
    - 4. طريق الشعب: ناطقة بأسم الحزب الشيوعي العراقي.
    - 5. التآخي: دطقة بأسم الحزب الديمقراطي الكردستاني.
    - الاتحاد: الجريدة المركزية للاتحاد الوطني الكردستاني.
      - 7. العدالة: ناطقة بأسم المجلس الاسلامي الاعلى.
        - 8. المشرق: مستقلة ذات إتجاء قومي.

ولأول مرة في تاريخ الصحافة العراقية، لا تخضع المطبوعات اليوم، إلى رفابة أو قانون مطبوعات أو وزارة إعلام، بل تصدر حرة وتكتب بمنظور صاحبها أو سياسة الجهة التي تُصدره، دون تدخل من الجهات الرسمية أو الحكومة؛ وأمام هذه الحقيقة، وبقدر ما هي مهمة وحضارية ومظهر واضح من مظاهر الحريات العامة التي طالب بها الشعب

وقواه الوطنية خلال عشرات السنين، تختفي وراء هذه الحقيقة، خطورة الأنفلات الإعلامي الذي يساعد على أستقطاب الأنفلات الأمني!.

ورغم هذه الكثرة والتعدية في وسائل الإعلام العراقية إلا أنه ويحسب (حسين عبيش) المراسل السابق لصحيفة الديلي ستار اللبنانية في واشنطن حين قال: "إن الإعلام العراقي لر يحقق لحد الآن ما يصبو إليه من تأثير على فكر المتلقي أو القارئ العراقي والذي هو في بهية المطف الناخب الذي سيدلي بصوته لتشكيل الحكومات العراقية الدلية".

وأسبب ذلك تعود وفقاً لما تقوله (كاثلين ويدولفو) المحلمة للشأن العرقي في راديو أوربا الحر ومديرة راديو العراق الحر، إلى وجود درجات متفاوتة في الكفاءة المتعلقة بعمل الحيثات والجهات الإعلامية العراقية وإلى معاناة الكثير من هذه الحيثات والجهات من مشاكل لوجيستية الأمر الذي أفضئ بالكثير من الصحف التي يفترض أنها صحف يومية إلى النشر مرتين أو ثلاث مرات في الأسبوع نتيجة لنقص الموارد المالية المتوفرة لديها، وأفتقار الكثير من المؤسسات الإعلامية وبالأخص الصحف إلى أسباب البقاء والاستمرار ومقومات النجاح المرتبطة بالجانب التكنولوجي للعمل الصحفي، إذ تفتقر الكثير من هذه الصحف إلى أرشيف لمشوراتها على شبكة الأنترنت، الأمر الذي يجعل من البحث عن الأخبار التي تنشرها أمراً مستحبلاً، وتضيف (ريدولفو) قائلة "إن كل صحيفة تقدم لنا وجهة نظر الجهة أو الفئة أو الحزب الذي تتمي إليه أو تعمل وفقاً لإيدلوجيته نما يجعل من عملية الحصول على القصة أو الحرب الذي تتمي إليه أو تعمل وفقاً لإيدلوجيته نما يجعل من

وهناك فاسم مشترك تتفق عليه الفضائيات العراقية وتحاول كلَّ منها تجسيده وفق رؤاه، مُنطلقة من الواقع السياسي الجديد الذي وفر الحرية للإعلام، غير خاضع لرقابة أو

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> مائل علي، الإعلام وتأثيره على العملية السياسية في العراق، من لوراى اسيوع المائل التقائي الخاسر http://www.almadapaper.com/paper.php?source=akhar&mlf=interpage&sid=21365 2 عادل حرد، مصدر سائل.

توجيه أحدي الجانب أو قانون يحد من هذه الحرية، هذا القاسم المشترك تمثل في فسح المجل عن طريق شاشاتها وتعطي للمشاهد الفرصة بأن يعبر عن رأيه بالأحداث وذلك معرض اللقاءات المباشرة في الشوارع وعقد الندوات في استديوهاتها بين المسؤولين والمواطنين.

وكان لم شهدته الساحة العراقية بعد أحداث التغيير من بروز تبارات وقوى سياسية متباينة في إتجاهاتها ومشاريعها ومواقفها تبعاً لنوع المرجعيات الهكرية والدينية التي تنطلق منها، إلى أنطواء مشاريع ورؤية تلك القوئ والتيارات على مذهبم ثقافية مستنيرة وأخرئ متخلفة وثالثة أتسمت بالتطرف تريد لها الشيوع في الوسط الجماهيري مستخدمة في ذلك أنهاطأ اتصالية مختلفة بضمنها الاتصال الجهاهيري بوصفه النمط الاتصالي الأكثر تأثيراً من الأنباط الأخرى، ومستثمرة في الوقت نفسه أجواء الديمقراطية المتاحة، الأمر الذي جمل الجماهير أمام وسائل إعلامية تعمل على هواها، وتروج لثقافات تتعارض بعض مضامينها مع مفاهيم الديمقراطية والثوابت الوطنية، فضلاً عن إعلاء شأن ثقافات فئوية ضيقة تنخر في جسد الولاء الوطني بوصفه المشترك الذي من شأنه الحفاظ على وحدة النسيج الإجتهاعي؛ ومع أن الإعلام العراقي تمتع بمساحة من الحرية قادته في أحيان كثيرة إنى تجاوز الحدود المتعارف عليها حتى وصل إني ما أطلق عليه بـ(الإعلام المنفلت)، أتاحت له هذه الحرية التعامل مع الشأن المحلي من وجوهه المختلفة من دون تعرضه لقيود أو تدخلات حكومية، بها جعله يبدو إعلاماً حراً، إلا أنه أبثلي بقيد غير منظور أفرغه من محتواه متمثلاً بقيد عائدية الوسيلة الإعلامية التي كانت في غالبيتها حزبية، كما لا وجود للوسيلة المستقلة تماماً، ذلك أن جميع الوسائل الإعلامية التي أكدت ` ترويسانها على أستقلاليتها تنتابها ميول لهذا الطرف أو ذاك، بدليل أنها لر تكن مساحة حرة

<sup>1</sup> فاتق بعني ، الإعلام وتأثير • في العملية السياسية ، جريفة الملكية من اوراق اسبوع المدئ الثقائي الخاسية http://www.almadapaper.com/paper.php?source=akbar&mlf≈interpage&sid=21365

لمختلف الأراء، بل أقتصرت الآراء الواردة فيها على ما يدعم هذه الجهة أو تلك، بمعنى آخر أن بعض الجهات السياسية تدعم مالياً وسائل إعلامية بعينها للترويج لأفكاره من دون السماح لآراء الطرف الآخر بالنشر فيها".

ولو تعمقا أكثر في إخضاع أداء القنوات الفضائية العراقية في ظل المرحلة الحالية بكل متغيراتها المختلفة إلى التأمل والتحليل العلمي قسنري المؤشرات الآتية":

- 1) إنه تمثل من يقوم بتمويلها، وتعبر عن وجهة نظره.
- 2) تنكئء بعض الفضائيات بشكل متواصل على معاناة الفرد العراقي، وبذلك انتفت إحدى أهم شروطها في بناء وتشكيل الرآي العام نحو القضايا والأزمات التي تحيط بالبلد، (الرقابة من أجل المجتمع).
- (3) لر تبحث عن آلية مواجهة حقيقية مع المسؤولين الحكوميين، وهذا يتأتى من ضعف الإعداد والكادر وجهة التمويل.
- 4) لر تستطع الفضائيات العراقية أن تكون لها جمهوراً نشطاً (منتظم) ولر تدخل تجربة المنافسة التأثيرية الشريفة مع بعضها، وهذا ناتج من ضياع الأهداف والأستراتيجية وضعف دراسات الجمهور.
  - 5) الأهتهام بالبرامج السياسية والحوارية على حساب برامج التنمية.
- 6) عدم الفدرة على تحديد أهداف بعض الفنوات في ظل تخبط البرامح ومراوحة مستوياتها تجه نقد الحكومة والقضايا الأساسية، لأنها متعلقة بأجندة الممول وأهدافه المرحلية.

1 حلين و دي: الإعلام العراقي ومشروع الشاقه الوطنية،

http://www.alfayhaa.tv/articles/marsad/14405.html 2 كامل الغير، العصائبات العراقية ...الل من تحت الطَرق السياسي؟

# المبحث الثالث الإعلام العراقي ودوره في تعزيز ديمقراطية الإنتخابات العراقية

### ديمقراطية عملية الإنتخابات:

تُمثر الإنتخابات العمود الفقري للمفهوم المعاصر للديمقراطية، إذ بدون إنتخابات الا يمكن أن نتحدث عن ديمقراطية بأي شكل من الأشكال، بل أن بعض البحثين ذهب إلى القول أن الديمقراطية لا تعني شيئاً غير الإنتخابات.

وتعد الديمقراطية أحد أشكال النظم السياسية التي تسعى لتحقيق العدالة الإجتهاعية عن طريق إشراك المواطن في إنتخاب ممثليه في السلطة السياسية وتداوله بشكل سلمي، فعند إجراء المفاضلة بين النظام الديمقراطي والأنظمة الأخرى يعد أفضل نموذج سياسي لإدارة شؤون الدولة والمجتمع بالرغم من وجود بعض الثغرات الإجراثية في أتخذ القرار التي تُعيق العمل المؤسسي للدولة؛ ويمكن تعريف الديمقراطية بأنها: "نظم ونظرية سياسية معيارية يكسب النظام السياسي شرعيته من المجتمع عبر صناديق الأقتراع"2.

والديمقراطية كلمة قديمة جداً دخلت اللغة الإنكليزية في القرن السادس عشر من ترجمة الكلمة الإغريقية (demokratia) المؤلفة من (demos) وتعني الشعب و (kratos) وتعني حكم الشعب، فصارت الكلمة المركبة من هاتين الكلمتين تعني: حكم الشعب أو سلطة الشعب، وإستناداً لللك كتب (أرسطو) في كتابه (علم السياسة، الفسم الرابع) قائلاً: "الديمقراطية هي حالة يملك فيها الأحرار والفقراء (هم الغالبية) زمام السلطة في الدولة "! ويقول بعض المفكرين السياسيين إن الديمقراطية هي: "نظام للوصول إلى قرارات سياسية يكتسب عن طريقها الأفراد السلطة لإقرار حق الشعب

 <sup>1</sup> عمد عبد جبار الشيرط، إنتحابات ملا ديمقراطية، صلسلة الثقافة الديمقراطية، المنة الاولى، العدد الراسع، دار الشؤول الثقافية، معداد،
 2005، ص5

<sup>2</sup> صاحب الرسمي مناهية القيمفر اطيقه جريقة الاختارة

http://www.akhbaar.org/wesima\_articles/democratic\_studies-20080531 47846.html 3 ريموند وليمر، كلهات أساسية، مقالة منشورة في كتاب الديمة واطبة، تحرير. فبلب غرين، ت: عمد درونش، دير الأمون للترجة والمنشر، مغمدن 2007، ص47.

بالتصويت عبر طرق النضال المشروع، ويقوم هذا النظام على فكرة "الحكم التعددي"؛ والديمة راطية لها جذور عميقة تعود إلى أثبنا أي إلى أربع مئة عام قبل التقويم المسيحي، لكنها دخلت في سُبّات ولريتسنَّ لها الأنتشار عالمياً حتى القرن الناسع عشر ".

وطوال السنوات الماضية تشعب معنيان للديمقراطية، إذ في التراث الاشتركي، ظلت الديمقراطية تعني السلطة الشعبية؛ أما في التراث الليبرالي، فكانت الديمقراطية تعني إنتخاباً مفتوحاً للمعتلين؛ والديمقراطية في العصر الحالي تعد شكلاً من أشكال الدولة يقوم بتنظيم الإرادة العامة وتنظيم العلاقة بين الفرد والمجتمع والفرد والدولة على أسس الحرية والمساواة، وهي عملية شديدة التعقيد تختلف درجتها من مجتمع إلى آخر، كها تختلف نتائج تطبيقاتها من بلد إلى آخر؛ وقد وجدت الديمقراطية في أورب الغربية وتطورت كفقو دستوري وكتطبيقات سياسية بالدرجة الأولى على أساس التراكهات الجزئية في كن بلد من تلك البلدان على مدئ ما يقرب من مائتي عام، متجمعة بصورة خاصة، منذما بعد عهد الثورة الفرنسية.

ويلاحظ أنه لا يوجد تعريف جامع للديمقراطية ولا شكل تطبيقي واحد صالح لكل زمان ومكن، وهي ليست عقيدة بل هي أقرب إلى المنهج، إذ هي مفهوم سياسي حي متطور يؤثر في المجتمعات التي تجري ممارسته فيها وتؤثر قيم المجتمعات وثقافتها ومصالحها فيه ؛ إلا أن أكثر التعريفات شيوعاً لها ترجع إلى ما قدمه (مصالحها فيه ؛ إلا أن أكثر الرأسهائية والاشتراكية والمديمقراطية)، والذي

<sup>1</sup> لأري دبيموند، الديمقراطية (تطويرها وسيل تنزيؤها)، مصدر سأبق، ص15.

 <sup>20</sup> فيسمان، لاسلام والمضال من اجل العمقراطية، ت: قوزية تاجي جاسم، دار المأمون للترهة والشرء مداد، 2005، ص49
 3 ريمو مد وليمر، انصادر المابق، ص51

<sup>4</sup> عمد حد العناح احسراوي، العسمراطية والحياة السياسية في العراق، 2008، يجلة انكيدو التعايد،

http://ml.ankido.net/news

<sup>5</sup> على حيمه الكواري، محو رؤية مستقبلية لتعريز المساعي الديمة إطبة في اقطار بجلس التعاول للول المظلم العربية، مجمه المستقبل العربي، مركز درسمت الوحدة العربية، بيروت، ع 267، 2001، ص9.

يتفق معه فيه صامريل هانتنغتون وآخرون، والذي يُعرّف الديمقراطية بأنها "نظام بتضمن توسيع قاعدة المشاركة في عملية صنع القرار السياسي، عن طريق الإنتخابات التنافسية" وهو تعريف يُركّز في الأساس على التنافس الإنتخابي متغيراً جوهرياً للديمقراطية، بأعتبار أن الديمقراطية هي نظام للسلطة السياسية في الأساس قد يتحقق بغض النظر عن المتغيرات الأحرى الإقتصادية والإجتماعية والثقافية ؛ وهناك ايضاً تعريف للديمقراطية يقدمه (كارل بوبر) يؤكد فيه أن الديمقراطية "ليست سوى نظام للحماية من الديكت تورية" كما تم تعريف الديمقراطية بأنها "منظومة آليات تستهدف تحقيق التداول السلمي للسلطة في المجتمع عن طريق الإنتخابات".

أما (Robert Dahl)، فقد أضاف عن طريق كتابه (التعددية: المشاركة والمعارضة)، إلى جانب مطلب توسيع نطاق المنافسة والمشاركة السياسية ضرورة توفير مستوئ ملائم للحرية السياسية (مثل حرية التعبير والصحافة والنظاهر وغيرها) التي تضمن التعددية في الآراء والأفكار بها يُمكّن المواطنين من تشكيل إختياراتهم وتفضيلاتهم السياسية والتعبير عنها بطرق مؤثرة.

ويمكن تعريف الديمقراطية وفقاً لهذا المنظور بأنها (الديمقراطية الإنتخبية Electoral Democracy) لتمييزها عن المفهوم الكلاسيكي للديمقراطية والذي يشير في المخلب إلى (الديمقراطية الليبرالية Liberal Democracy) التي تولي أهنهاماً فنثقاً لمبدأ الحرية بأعنبارها الغاية الأصاسية التي يتطلع إليها الفرد بطبيعته.

<sup>1</sup> هند الكريم إبراهيم جاسم، فلديمقر اطية الانتحابية، جريدة الصاح

http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akbar&mlf=interpage&sid 75746

<sup>2</sup> مصر الدين العياضي، مصدر صليق، ص7

<sup>3</sup> عمد عند الجمار الشوط مصدر سابق، ص5.

<sup>4</sup> لاري دبيموند، إندحمات بلا ديمة اطية مصدر سايق، ص10

<sup>5</sup> محمد عبدالعتاح الحمراوي، مصدر سابق

فالديمقراطية الإنتخابية هي التي تقوم على الإنتخابات، إذ تكون فيها الإنتخابات بحرد عملية ملء شواغر ضمن دوائر ومؤسسات الدولة؛ أما الديمقراطية الليبرالية فهي نظم مدني دستوري يتم فيه تشكيل الدوائر التنفيذية والتشريعية عبر إنتخابات دورية تدفسية تعددية مع أستفتاء عام.

وبذلك فأن الديمقراطية تقوم على أساس المشاركة السياسية إن لر تكن هي المشاركة السياسية الواسعة للشعب بالإضافة إلى ما تنتجه من ثقافة وقيم، إذ أن الإنتخابات آلية تمكن الأحزاب والمواطنين من المشاركة الفعّالة في الحياة السياسية والنظام السياسي، ولكن فلسفة ومنطق الإنتخابات أن تؤدي للتداول السلمي على السلطة وإلا ستفقد المشاركة السياسية معناها؛ وبهذا المعنى فالديمقراطية ليست فقط مجموعة من الأفكار والمبدئ تمكتب في نص الدستور، وإنها هي ممارسة وسلوك مجتمع متكامل لتلك الأفكار و لمبدئ والحقوق، لذلك يعد الوعي السياسي للمجتمعات هو الأساس في التطبيق الفعلي للديمقراطية، وأي أنخفاض في نسبة الوعي يهدد الديمقراطية كمفهوم وسلوك؛ ويكد يكون هناك اتفاق على أن العملية الإنتخابية هي رهيئة بثقافة المجتمع، ويمكن القول، أن المساسية تعد المظهر الرئيسي للديمقراطية، إذ إن ازدياد المشاركة السياسية من أجل الشعب في العملية السياسية يمثل التعيير الحقيقي عن الديمقراطية، ولكن من أجل قبل الشعب في العملية السياسية يمثل التعيير الحقيقي عن الديمقراطية، ولكن من أجل تحقيق مشاركة سياسية فقالة يتطلب تواجد مجموعة من الشروط لتحقيق ذلك.

ويتم طرح مجموعة من العوائق الرئيسة التي يمكن أن تُعطل العملية الإنتخابية والتي يمكن إجمالها بها يأتي :

عدودية الوعي السيامي وآفاقه.

<sup>1</sup> لأري دايسوند: الديمقر اطبة الصادر سابق، ص16-17

<sup>2</sup> خيد حسين كاظم الشمريء مصفر سابق.

<sup>3</sup> حالد حس همة، الإنسخايات جوهر لليارسة للبناء الديمقراطي، جريدة الصياح

http://www.alsabaah.com/paper.php?source=akhar&mlf=interpage&sid=14606

- شكل النظام السياسي وتبعيته.
- تدني المسترئ المادي والمعنوي للمجتمع.
- هيمنة قوئ على أخرئ وتفاقم نتاج بعض القوئ وعلاقتها باداء السلطة وقراراتها.
  - الحروب وتجارب المجتمع المختلفة وأرثها.

وقد أعتقد (تيري كارل) وبسبب الخلاف بين وجهتي النظر (الديمقراطية الإنتخابية والليبرائية) أن الإنتخابات مهما رسمت من صور متخيلة لنزاهتها (كما في الولايات المتحدة الأميركية وبريطانيا) قد لا تُعبر عن الإختيار الحر للمواطنين لأنها لا تتبح لهم في النهاية الإختيار إلا من بين البدائل التي تقدمها لهم الأحزاب السياسية وقيداتها العليا، في الوقت الذي تتهمش فيه حقوق بعض الشرائح الإجتهاعية مثل الفقراء والأقليات؟ وفي هذا الصدد يقول (صامويل هانتنفون): "يكون النظام ديمقراطياً عندم يتم إنتخاب صناع القرار الأقوياء عن طريق إنتحابات دورية عادلة ونزيهة يتنافس فيه المرشحون تدفساً حراً للحصول على أصوات الناخبين".

والمؤكد أن وسائل الاتصال الجهاهيري قد شهدت تطوراً تقنياً ساير التطور التكنولوجي الذي عرفته المجتمعات البشرية في المجالات كافة، ففي المجتمعات القديمة (اليودني والروماني) كان المجتمع السياسي محدوداً، والمواطنون الذين يمكن أن تغطيهم رسائل الحكم معروفون، لذلك كانت الحطب المباشرة أو المنتديات في الأماكن العمومية المقامة في الهواء الطلق أو في مسارح المدينة أحد أشكال الاتصال السياسي؛ لذا كان السياسيون يعتمدون يشكل كبير على البلاغة الحفاية والقدرة على الإستدلال لإقناع المحكومين؛ هذا الفضاء الحر لمنقاش والاتصال السيامي هو الذي ساعد في خلق المحكومين؛ هذا الفضاء الحر لمنقاش والاتصال السيامي هو الذي ساعد في خلق المحكومين؛ هذا الفضاء الحر لمنقراطية الأثينية، ولكن مع تطور المجتمعات البشرية . ديمقراطية مباشرة عُرفت بأسم الديمقراطية الأثينية، ولكن مع تطور المجتمعات البشرية

<sup>1</sup> عمد عد العدم الحسراوي، مصدر سابق.

<sup>2</sup> عمد عبد الجبار فشيرط مصدر سايق ص5.

وتوسع مجال ممارسة النشاط السياسي بظهور الأنظمة السياسية الحديثة أصبح من غير الممكن الأعتماد فقط على الخطب والندوات التي تضم عدداً محدوداً من المواطنين، بل بات من الضروري أيجاد اتصال يتسم بالجماهيرية ويشمل قطاعاً واسعاً من الجمهورا.

وقد حدد المقرر الحاص بحرية التعبير في الأمم المتحدة مجموعة من المبادئ في تقريره السنوي الصادر عام 1999، الذي يهدف إلى ضهان الشفافية والحرية والتعددية في تغطية الحملات الإنتخابية من قبل وسائل الإعلام جاء أهمها ينص على:

- أخبنب سيطرة أو أحتكار وسائل الإعلام من طرف فئة صغيرة حتى يتم ضهان التنوع في الأفكار والأصوات.
- 2) أن تلتزم الصحافة الحكومية بتغطية جميع مظاهر الحياة السياسية، وبجب أن لا ينفرد الإعلام الحكومي بخدمة مصالح حزب سياسي واحد أو أن تتحول إلى وسيلة تستعملها الحكومة لإقصاء الأحزاب والمجموعات السياسية الأخرئ.
- 3) يجب توزيع حصص البث المباشر للمرشحين بصفة عادلة وغير منحازة، كما يجب توفير مدة كافية من الوقت للأحزاب والمرشحين لعرض برامجهم وتمكين الناخبين من معرفة القضايا المطروحة.

ويُنظر إلى (التحول الديمقراطي) ضمن النطاق السيامي على أنه: التحول إلى حالة سياسية أيجابية نتحسد مقوماتها في التداول السلمي للسلطة عن طريق الإنتخابات ومراقبة سلوك الحكم والتعددية السياسية، وهي بمثابة مرحلة الوسط بين نظامين، سلطوي وآخر ديمقراطي، ويمكن أن يحدث (التحول الديمقراطي) في أي نظام سياسي نتيجة إدراك القيادة السياسية فيه بأهمية إحداث الإصلاح السياسي أو نتيجة التوصل إلى صيغة توافقية

<sup>1</sup> يانين بردماية مصدر سانية س 70

<sup>2</sup> بن الريس أحمد، الحاجة بن بقد أداء وصافل الإعلام (الإستحقاقات الإنتحاث ووسافل الإعلام -الجرائر بمودجاً)، http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com\_content&task=view&id=243&lte

بين النّخب السياسية والإجتهاعية حول إجراء خطوات إصلاحية ويمكن أن يحدث (الإصلاح) و(التحول) نتيجة تآكل النظام السلطوي نفسه، مما يحفر المجتمع لمنضغط من أحل إحداث تحول ديمقراطي؛ وتذهب نظرية الديمقراطية الأثينية التي ظهرت منذ فترات مبكرة إلى أعتبار الشخص الذي لا يهتم بالأمور العامة ليس مواطناً ضاراً بمجتمعه هداماً له فقط، وإنها شخص لا قيمة له على الإطلاق، فقيمة الشخص تتحدد من احترامه لوأيه وإسهامه في تسيير أمور مجتمعه!

والتعددية السياسية تعني الإختلاف في الرأي والطروحات الفكرية وإختلاف في البرامج والأيديولوجيات والمصالح والتكوينات الإجتهاعية والديموغرافية والإقتصادية؛ وعليه فمن الممكن أن نميز بين التعددية السياسية والتعددية الحزبية، فالتعددية السياسية تتصف بالشمولية، أي أنها يجب أن تتضمن تعددية حزبية، لأنها تمثل قوة إجتهاعية وإقتصدية وثقافية وسياسية مختلفة؛ أما التعددية الحزبية لا تعني تعددية سياسية، إذا كنت هناك سيطرة كاملة لحزب واحد وتهميش للأحزاب الأخرى، أي أن التعددية الحزبية جزء مكمل للتعددية السياسية؛ ووفقاً إلى ذلك فإن التعددية السياسية تعد أحد الشروط مكمل للتعددية السياسية تعد أحد الشروط الأساسية لتحقيق الديمقراطية ومظهراً من مظاهرها الأساسية وعنصراً من عناصر وجود الديمقراطية.

ويسود حالياً إجماع على أن الإنتخابات ليست كلها ديمقراطية، إذ أحياناً تكون إنتخابات لتعطي وتضيف للنظام شرعية على الأستمرار والحكم كها حدث في العراق والبلدان العربية الأخرى وكذلك في دول العالم الثالث الأخرى؛ وأبرز ما موجود في ثقافة الديمقراطية وأخلافيتها هو تنميتها وفق قاعدة تقول بأن الإنتخابات أولاً وأخيراً هي معركة تنافس للخدمة وليس لأية غاية وإنها تقوم بتأمين عناصر كفوءة لصنع قرارات

<sup>1</sup> بامد زمري، مصدر سابق، ص92.

<sup>2</sup> حميد حسين كاظم الشمريء مصفو سابق.

للبناء الإجتماعي والإقتصادي والمسامي يتوافق وحاجات المجتمع وتأمين كل ما من شأنه تحقيق الرفاهية للشعب وبناء سلطة تكون مستمدة شرعيتها وقيام هرمها من المحكومين، لذلك يمكن تسمية المهارسة الإنتخابية بأنها ديمقراطية، إذا تحققت فيها مجموعة من المهارسات وإذا ما خضمت إلى اللوائح والتشريعات التي يصوغها الشعب والسلطة معاً وبأعل مستوئ من المسؤولية.

وبمعنى آخر إن كانت العلاقة بين الإنتخابات والديمقراطية علاقة تلازمية بنيوية وتأسيسية، بحيث لا يمكن تصور إحداهما بدون الأخرى، وإن كانت الإنتخابات في دول العالم الثالث في وقتنا الراهن تعد مؤشراً على الأستعداد لملامسة أستحقاقات الديمقراطية، إلا أن الإنتخابات لا تعني بالضرورة وجود ديمقراطية، إذ لوحظ أنه في كثير من الدول تلجأ الأنظمة لإنتخابات موجهة وتحت الضغط لتضفي على نفسها شرعية دستورية وديمقراطية لتحل على شرعيات تآكلت وأصبحت متجاوزة كها هو الحل عند أنظمة الحكم التقليدية والملكية، أو تكتسب شرعية تصفيها على سلطة حصلت عليه بالأنقلاب أو الثورة كالسودان وموريتانيا وإيران، أو تلجأ الأنظمة للإنتخابات كوسيلة لإرضاء نخب سياسية وإجتهاعية صاعدة بأستيعابها في النظام دون تمكين هذه النخب من القرار السياسي.

ومن ثم وبناء على هذه الفلسفة لا يمكن أن تنحصر العملية الديمقراطية بإجراء الإنتخابات فحسب، وإنها تتطلب أيضاً كها ذكرنا سابقاً وجود إعلام حر ونزيه وقضاء مستقل، بالإضافة إلى أحترام حقوق الإنسان وسيادة الدستور القانونية وفقاً للمددئ الديمقراطية المتباماً كها تتطلب أعتدالاً، تتطلب مرونة ولا تتطلب جموداً تتطلب مرونة عقلية تسمح بالتتازل عن الرأي الشخصي أو الرأي الحاص إذا تعارض هذا الرأي مع رأي الجهاعة أو الجمهور العام من أجل إقرار رأي

<sup>1</sup> خالد حس جمعة، مصدر سايق .

الأغلبية، وهده هي الديمقراطية الحقة؛ فالديمقراطية هي القيمة الذاتية التي من أجله تصحي الشعوب في نضالها ضد الأنظمة التسلطية، وفحوى العملية الديمقراطية ربها يفوق الرفه للادي أهمية، لأنه ينسحب بتأثيراته على مفردات الحياة لكل شخص.

ويجب على الإعلام ووسائله المختلفة أن يكون أكثر القوئ نفوذاً في عملية سيره، لأنها وإذا ما جرت بشكل سيء فقلك سيقوض مكتسبات الحرية والديمقراطية في البلاد؛ خصوصاً أن وسائل الإعلام إذا ما تحققت لها الحرية الكاملة فإنها سوف تعكس بالضرورة طبيعة المجتمع الذي تتواجد فيه، وبذلك يجب توفير أكبر قدر ممكن من المعلومات للدخبين قبل إنطلاق الحملات الإنتخابية، كما يجب على وسائل الإعلام أن توفر معلومات حول مختلف التشكيلات السيامية الموجودة في الساحة الإنتخابية وكذلك تقديم المرشحين وتقديم عروض لأهم القضايا المطروحة في الحملة الإنتخابية، وتوفير معلومات أيضاً حول إجراءات عملية الإفتراع، كما يقع على عاتق وسائل الإعلام خاصة الحكومية منها توعية الناخبين وذلك بتوقير معلومات محايدة حول إجراءات عملية الإقتراع، وقد أشارت لجنة حماية الصحفيين إلى ضرورة الأخذ بعين الإعتبار عند التحليل التفرقة بين المواد الإعلانية مدفوعة الأجر وباقى المواد الإعلامية؛ وهذا كله يؤدي إلى إيجاد علاقة تكاملية بين الإعلام والسلطات الثلاث الأخرئ كها هو معمول به في الانظمة العريقة بالديمقراطية من أجل أن تكون كل السلطات مُسَخِّرة في خدمة الصالح العام، أما في الأنظمة غير الديمقراطية فإن الإعلام يكون مُستخِّراً في خدمة النظام السياسي مهاكان نوعه (ملكياً أو حمهورياً)؛ لذا نستطيع القول إنه لا يمكن أن تكون هنالك ديمقراطية

<sup>1</sup> بامدارمري،مصدر سابق، ص92 93.

<sup>2</sup> لاري دايمومد، الديمقر الله مصدر سايق، ص61.

<sup>3</sup> بن افريس أحمده مصدر سأبي.

حقيقية بدون ديمقراطية الإعلام، وبمعنئ آخر أن ديمقراطية الإعلام هي التي تحقق ديمقراطية المجتمع.

وبذء على ما تقدم يمكن أن نستنتج أن العراق لريشهد أي شكل من الأشكل الديمقراطية عبر تأريخه لكن الذي حصل سابقاً في ظل الحكم الشمولي ما هو إلا عبارة عن ممارسة شكلية زائفة، والتي لا يمكن أن تعد تجربة يمكن الإستفادة منها.

### أهداف الإنتخابات الديمقراطية:

أن العملية السياسية تتم عن طريق ممارسة أعداد كبيرة من اللاصفوة السياسية، العمل السياسية وهذا يعني إشراك الجميع المعمل السياسية، وهذا يعني إشراك الجميع بغض النظر عن أنتهاءاتهم الأثنية والعرقية في الحياة السياسية العامة، وتمكينهم من أن يؤدوا دوراً واضحاً في العملية السياسية، أي تكون السلطة عن طريق التمثيل فيها؛ وبهذا المعنى فأن الإنتخابات يتم أجراؤها لتحقيق أهداف محددة، إذ أن الإنتخابات ليست هدفاً بحد ذاته، وإنها هي آلية لتحقيق أهداف أعلى أو تؤدي وظائف فعلية، والتي تتمثل في الآتى:

- تقوم الإنتخابات بوظيفة التعبير عن مبدأ (الشعب مصدر السلطات) عن طريق إتاحة الفرصة أمم الناخبين لمارسة أكبر صور المشاركة السياسية وهي الإنتخابات العمة.
- توفر الإنتخابات الديمقراطية الطريقة التي يختار بواسطتها الحكام، وذلك عن طريق أنتقال السلطة إلى الفائزين في الإنتخابات.
- 3. ثوفر الإنتخابات آلية لتداول السلطة وتغيير مركز القوة وإمكانية تقلد قوئ المعرضة الحكم بدلاً من الحكومة القائمة، فالنظام الديمقراطي لا يسمح بتغيير الحكومات بطرق غير الاحتكام إلى أغلبية أصوات الناخبين.

<sup>1</sup> عبد المناح ماصي، مفهوم الإنتحابات الديمقراطية، دراسة مقدمة إلى مشروع دراسات الديمقراطية في السلمان العربية: "الديمقراطية والإنتحادات في السلاد العربية"، أكسمورات أغسطس http://www.dctcrs.org/s2634.htm،2006

- 4. توفر الإنتخابات شرعية شعبية للحكومة المنتخبة حديثاً أو تجدد شرعية الحكومة القديمة التي قد تحتاج مع مرور الوقت إلى تجديد شرعيتها وسط ناخبيها.
- 5. تهدف الإنتخابات إلى محاسبة الحكام ومسآءلتهم وقت الإنتخابات سواء كن ذلك عن طريق تقويم برامج المتنافسين قبل الإنتخابات أو عن طريق مكافأة أو معاقبة السياسيين إذا ما أرادوا الترشح للمرة الثانية.
- 6. تقوم الإنتخابات الديمقراطية بدور تعبوي عام عن طريق إعداد وتدريب السياسيين والقادة وتأهيلهم للمناصب السياسية، ما يُسهم في تجديد حيوية المجتمع ويضمن مشاركة عدصر جديدة في وضع السياسات.
- 7. تقوم الإنتخابات الديمقراطية بدور تثقيقي عام، فهي تشارك (مع وسائل أخرى) في تثقيف المواطنين بالمسائل المتصلة بالعمل العام قبل الإنتخابات وأثناءها.

# وسائل الإعلام وتعزيز العملية الإنتخابية في المراق:

ما يزال غير واضح المعالم دور وسائل الإعلام وتأثيرها في بلورة آراء أفراد المجتمع وفي تسهيل عملية صنع القرار في بلد مثل العراق، في ظل تغير الظروف التي تعيشه وسائل الإعلام من حيث نوعيتها وعددها، وتعتمد علاقة ودور وسائل الإعلام في العملية السياسية في العراق على مدئ أستقلالية وسائل الإعلام ومدئ شفافية دورها ومرونة عملها وأخيراً يعتمد على مدئ تطبيق المبادئ والأسس الديمقراطية في العراق؛ خصوصاً أن المحتمع العراقي قد شهد تطورات ومتغيرات متسارعة في منظومة القيم، بعد مقوط النظام السابق، وتلك التطورات طالت مختلف نواحي الحياة السياسية والإجتماعية والإقتصادية؛ في ظل عدم وضوح مفهوم الديمقراطية في العراق بسبب عدم توفر أسس ومسلتزمات الباء الديمقراطي، لأن التحول والبتاء الديمقراطي يتطلب تنسيقاً ثقافياً وسياسياً في أماط السلوك والعلاقات بين الدولة والمجتمع وبين مختلف القوئ السياسية

والإجتماعية وبين الأفراد والجماعات؛ ويتمثل نموذج الحكومة الديمقراطية في سنة عناصر هي:

- 1. حق الأقتراع العام.
- أصوات الماخبين متساوية، أي أن الدوائر الإنتخابية ذات أعداد متساوية من السكان تقريباً.
  - 3. المثلون تنتخبهم الأغلبية أو التعددية في الدوائر الإنتخابية.
  - 4. يصوت المثلون إستناداً إلى حسن إدراك الأغلبية التي إنتخبتهم.
- هنالك حكم أغلبية بين المثلين، وهذا يستبعد بعض المارسات المعطلة لعمر البرلان.
  - 6. لا توجد قبود مضافة إلى القبود التشريعية على إرادة أغلبية الممثلين.

وبناءً على ما تقلم فأن العراق بعد أحدى الدول النامية ديمقراطباً، التي هي بحاجة إلى وعي ثقافي وسياسي شامل وواسع لينظم عن طريقه صفاته وأهدافه ويحرك مفاهيمه للديمقراطية الوليدة نحو المارسة والسلوك في المجتمع، وبذلك تكون أهمية الوعي السياسي في المجتمع مطلباً لتحقيق الديمقراطية وتجذيرها في عمق المجتمع لتحقيق العدالة والمساواة، وكذلك يعمق معاني الإنتهاء والولاء للوطن، لأن التنمية السياسية هي حالة إجتهاعية ثقافية لا يمكن أن تقوم بمعزل عن المجتمع.

والديمقراطية في العراق لا يمكن أن تتعمق وتنجح من دون الإستعانة بالدور المهم لوسائل الإعلام أولاً وقبل ذلك لابد أن يكون لهذه الوسائل الإعلامية حرية أكبر في تناول الموضوعات، وأغناء النقاش وطرح الأفكار.

والجدير بالذكر هنا، أن وسائل الإعلام العراقية وفي مقدمتها الفنوات المصائية حاولت القيام بدور كبير إزاء ترسيخ مظاهر العملية الديمقراطية في العراق من خلال

<sup>1</sup> حورج كانت، مبدأ الاعلبية، مقالة مستورة في كتاب الديمقراطية، غرير : فيليب غرين، ت: عمد درويش، دار الأمول دلبرحمة والسنر. معداد، 2007، ص534.

التعريف ناهمية شيوع الديمقراطية وتسليط الضوء على حقوق الإنسان وأهمية الحفاظ عليها والدعوة إلى المشاركة الفعلية الجادة في الإنتخابات المتعددة المني تجري في العراق والتعريف بالأحزاب والشخصيات السياسية وكشف البرامج الإنتخابية لكر منهما ونمارسة النقد والرقابة على الأداء الحكومي والتشريعي والقضائي.

وتؤدي وسائل الاتصال الجماهيري دوراً مها خصوصاً في المرحلة الإنتقالية للديمقراطية، وتنمثل مهمتها الأساسية في الكشف عن كل المهارسات غير الشرعية كالفساد الاداري والمذلي وحالات تزوير الإنتخابات وانتهاكات حقوق الإنسان وإخراجها للعلن محلياً وعلياً؛ وهذا يتم بأعتهاد وسائل اتصال مستقلة سياسياً وممولة ذاتياً.

وتجدر الإشارة إلى أن الرأي العام الجهاهيري يمر بثلاث مراحل لمكي يكون مؤثراً وفعّالاً في عملية تشكيل وتنفيذ السياسة العامة في النظم الديمقراطية، وهذه المراحل الثلاث هي: (مرحلة التكوين، مرحلة التعبير، ومرحلة التأثير المباشر في السياسة العامة لاسيها فيها يتعلق بقضايا الشؤون الداخلية)؛ ومن الطبيعي أن نحيل الرأي العام المعاصر في العراق إلى مرحلة التكوين والنشوء والتماسس، وقد تصل بعض مستوياته إلى أنهاط من مرحلة التعبير ولكن ليس في مقدورنا القول بأنه داخل في طور التأثير المباشر على المقررات السياسية والإقتصادية والإجتهاعية.

ويتفق الباحثون في السياسة على أن البناء الديمقراطي في الدول العربية ذات الأغلبية المسلمة ومنها العراق، بجب أن يكون بشكل "تدريجي وغير قسري"؛ إذ إن الأنفتاح الديمقراطي المفاجئ قد يتسبب في ردة فعل من جانب فئة الزمرة التسلطية الحاكمة، أو يمهد لنظام إسلامي متطرف لا يمت بصلة للديمقراطية.

<sup>1</sup> لاري دايموند، الديمغراطية، مصدر سايق، ص 109.

<sup>2</sup> لاري دامر بدوالديمقر اطية ومصدر سابق و س 123.

إلى الده التدريجي لمكونات الرأي العام سيطرح أشكالاً تعبيرية ناضجة ستمهد لنشاطات مختلفة تدعم بالنتيجة معالر التكون وصولاً إلى مرحلة التأثير المباشر وذلك مرهون بمقدار أرتفاع معدلات الوعي السيامي وانتشار الثقافة المعاصرة وتقبل أنساق الفكر الديمقراطي وتعزيز التجارب النضائية والإستفادة من خبرة وتجارب الشعوب والأنفتاح على العالم.

## المفهوم الديمقراطي للإنتخابات العراقية:

تعد الإنتخابات التي جرت في العراق، والتي ستجري لاحقاً ممارسة ديمقراطية جليدة لريالفها الشعب العراقي من قبل، ولريتعرف عليها بهذه الطريقة التي يتنفس فيها العشرات من الأحزاب والتجمعات السياسية سواء من كان منها في الحكم أو خارجه؛ لاسيها أنه أصبح من مظاهر الجدل الحالي في الأوساط الحزبية والسياسية (في العراق وغيره من البلدان) بعد أنهيار المقومة الاشتراكية بصفة خاصة هو الحديث عن الديمقراطية، والذي يعد مرتبطاً مع عدد من الظواهر الأحرى كالعولة على النطق الأعم، كصيغة وطريقة لحياة الشعوب التي عانت من مآسي التحكم والسيطرة الفردية أو الدكتاتورية كها هو حل النموذج المعراقي، فمنظومة التصورات الموجودة في أحاديث وبرامج القوئ المعارضة تحمل اليوم إستدلالات الترجه نحو الديمقراطية كأفضلية قصوئ في التطور المستقبلي للشعب العراقي،

وتعد المفوضية العليا المستقلة للإنتخابات هي السلطة الإنتخابية الوحيدة في العراق والتي أنشنت بموجب قانون رقم 92 في 31 آيار 2004؛ وهي هيئة مهنية حكومية مستقلة ومحايدة تتمتع بالشخصية المعنوية وتخضع لرقابة مجلس النواب وتملك بالقوة المطلقة للقانون سلطة إعلان وتطبيق وتنقيذ الأنظمة والقواعد والإجراءات المتعلقة بالإستفتاءات والإنتخابات، والمقوضية هي الجهة المُعدّة والمُنوخِة إعلامياً لأي

<sup>1</sup> عمد عبد العناج الحمراوي، مصدر سابق.

عملية إنتحاب أو أستفتاء تقام في العراق الأجل حصول الشعب على حقوقه في المشاركة في صنع القرار عن طريق ممثليهم المنتخبين ومن ثم تداول السلطة بشكل سلمي وعادل يكفل حقوق الجميع، وتم أصدار القانون الجديد للمفوضية رقم 11 لسنة 2007 من قبل مجلس النواب العراقي، وقد أضطلعت المفوضية بمهمة الإعداد والإشراف والتحطيط والتنفيذ للعمليات الإنتخابية الثلاث منذ صقوط النظام السابق ويقوم بإدارة المفوضية مجلس المفوضين المكون من تسعة أعضاء والذي تم إختياره من قبل مجلس النواب.

وفيها يخص النظام الإنتخابي المعتمد في العراق، فإن نظام إنتخابات مجلس النواب التي جرت في عام 2005 يسمئ بـ (نظام قائمة التمثيل النسبي)، والذي تم فيه التصويت للأحزاب وبعدها تم تخصيص عدد المقاعد في مجلس النواب حسب نسبة الأصوات التي وردت في الإنتخابات، وقد مُنحت المقاعد بعد ذلك لكل مرشح من قائمة المرشحين المقدمة إلى اللجنة الإنتخابية قبل الإنتخابات وفقاً للترتيب على اللائحة الإنتخابية، وإذا فاز الحزب بخمسة مقاعد فأن أول خمسة مرشحين على الاثحة الحزب حازوا عنى تلك المقاعد، لذا يُعرف نظام التمثيل النسبي بـ (القائمة المغلقة) وذلك لعدم إمكن الدخبين من تغيير تسلسل المرشحين والذي أقرت من قبل كل حزب، وقد أستخدم نفس النظام في إنتخابات كانون الثاني 2005.

أما النظام الذي تم أستخدامه في إنتخابات بجالس المحافظات فهو النسخة المختلفة من نظام التمثيل النسبي وهو ما يسمئ بـ (القائمة المفتوحة) والذي يمكن للنخب أن يصوت للأفراد المرشحين على لائحة الأحزاب الذين يفضلهم؛ وبدلاً عن التصويت للأحزاب فأن الناخبين يُسمح لهم بالتصويت للأفراد أو لعدة مرشحين حسب عدد المقاعد المتحة، ثم تُضاف جميع الأصوات الفردية للمرشحين داخل الحزب نفسه إلى مجموع أصوات الحزب بناء على المجموع، إذ أن نسبة المقاعد

<sup>1</sup> المراضية المدينة المستقلة المرتب المدينة المرتب المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المدينة المرتب المر

المخصصة للحزب تكون مقاربة جداً لنسبة أصوات مرشحي الحزب التي وردت في المحموع.

ويُلاحظ أن الإختلاف الرئيسي بين القائمة المغلقة والقائمة المفتوحة يكمن عند منح المقاعد للمرشحين، ففي القائمة المغلقة تمنح المقاعد حسب تسلسل الأسهاء الواردة في اللائحة المقدمة من قبل الحزب للجنة الإنتخابية قبل موعد الإنتخابات؛ أم في القائمة المفتوحة فأن المقاعد تمنح حسب تسلسل الأصوات المستلمة من قبل الأفراد المرشحين، والتي قد تكون مختلفة تماماً من تسلسل الأحزاب المقترحة قبل الإنتخابات؛ وبناء على متقدم يمكن القول، أن القائمة المغلقة تعد قائمة ثابتة لا يمكن للماخب التغيير فيه والقائمة المفتوحة تعد قائمة تمكن شيير تسلسلها بأصواتهم.

<sup>1</sup> القرضية العلب استفنه للإنتخابات في العراق، http://www.ihec.iq/Arabic/electoral\_system.aspz

# الفصل الرابع

دور القنوات الفضائية العراقية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية

المبحث الأول: تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها المبحث الثاني: توصيف بيانات المُشاهدة لعينة الدراسة

## المبحث الأول تحليل بيانات الدراسة وتفسيرها

## أولاً: توصيف البيانات الشخصية لعينة الدراسة :

#### حسب الجنس:

يشير الجدول رقم (1) إلى توزيع نسبة الذكور والإناث في عينة الدراسة في المحافظات الثلاث التي تم إختيارها (بغداد، البصرة، صلاح الدين)؛ إذ يُبين أن تكرار (الذكور) في محافظة بغداد بلغ (249) من مجموع العينة الكلي البالغ (650) مبحوثاً وبنسبة (38٪)، على حين بلغ تكرار (الإناث) في مدينة بغداد (195) وبنسبة (98٪) من أصل المينة؛ كما يُبين الجدول أعلاه أن تكرار (الذكور) في محافظة البصرة قد بلغ (98) من مجموع العينة وبنسبة (15٪)، بينها بلغ تكرار (الإناث) في مدينة البصرة (42) وبنسبة (7٪) من أصل العينة، كما يوضح الجدول أعلاه عدد تكرارات (الذكور) في محافظة صلاح الدين والذي بلغ (39) من مجموع العينة وبنسبة (6٪)، بينها بلغ تكرار (الإنث) في مدينة صلاح الدين والذي بلغ (26) من مجموع العينة وبنسبة (6٪)، بينها بلغ تكرار (الإنث) في مدينة صلاح الدين (27) وبنسبة (4٪) من أصل العينة؛ كما يتضح من الجدول رقم في مدينة صلاح الدين (25) وبنسبة (4٪) من أصل العينة؛ كما يتضح من الجدول رقم عدد تكرارات الذكور في عينة الدراسة بلغ (386) وبنسبة بلغت (48٪)؛ أم عدد تكرار الإناث فقد بلغ (264) من مجموع عينة الدراسة الكلي وبنسبة (41٪).

جدول رقم (1) يوضح التوزيع النسبي للذكور والإناث في عينة الدراسة

مجموع			تاث		ڏکور	
السب	المجموع	7.	علد	7.	عدد	الحافظة
المئتوية			التكوارات		التكرارات	
68	444	30	195	38	249	يغداد
22	140	7	42	15	98	بصرة
10	66	4	27	6	39	صلاح
						الدين
100	650	41	264	59	386	المجموع

#### 2. توزيع عينة الدراسة حسب العمر والجنس:

#### أ. توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة بغداد:

يوضح الجدول رقم (2) والذي يتضمن توزيع الفتات العمرية لمدينة بغداد في إطر عينة الدراسة الخاصة بها والبالغة (444) مبحوثاً، أن الفئة العمرية (18-29) سنة كنت الأعلى وبلغ عدد التكرارات فيها (146) تكراراً وبنسبة (33٪) بين الفئات العمرية، بلغت حصة الذكور فيها (78) تكراراً وبنسبة (18٪)، بينها حصلت الإناث على (68) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ أما الفئة العمرية (30-39) فقد جاءت في المرتبة الثانية، إذ حصلت على (130) تكراراً وبنسبة (29٪)، كانت حصة الذكور منها (73) تكراراً وبنسبة (16٪) وبلغت حصة الإناث منها (57) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ وكانت المرتبة الثائثة للفئة العمرية (40-49)، إذ بلغ عدد التكرارات (94) تكراراً وبنسبة (21٪)، كانت حصة الذكور منها (48) تكراراً وينسبة (11٪)، في حين بلغت حصة الإناث منها (46) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ وجاءت الفئة العمرية (50-59) في المرتبة الرابعة، إذ حصلت على (50) تكراراً وبنسبة (11٪)، بلغ عدد تكرارات الذكور (33) تكراراً وبنسبة (7٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (17) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ أم الفئة العمرية (60 فيا فوق) فقد جاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (24) تكراراً وبنسبة (6٪)، كانت حصة الذكور منها (17) تكراراً وبنسبة (4٪) وحصة الإناث منها (7) تكرار وبنسبة (2/).

جدول رقم (2) يوضح توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة بغداد

مجموع			ناد	ية		
التسب	مجنوع		াথ্যা		الذكور	فئات العمر
المئوية	التكرارات	7.	عدالتكرارات	7.	عدد	
					التكرارات	
33	146	15	68	18	78	29 – 29 سنة
29	130	13	57	16	73	39-30 سنة
21	94	10	46	11	48	49-40 سنة
11	50	4	17	7	33	59-50 ئ
6	24	2	7	4	17	60 سنة فيا
						لموق
100	444	44	195	56	249	الجموع

#### ب، توزيع الفئات العمرية لمينة الدراسة في مدينة البصرة:

يتضح من الجدول رقم (3) والذي يتضمن توزيع الفئات العمرية لمدينة البصرة في إطار عينة الدراسة المخاصة بها والبالغة (140) مبحوثاً، أن الفئة العمرية (18-29) كانت الأعلى وبلغ عدد التكرارات فيها (50) تكراراً بين الفئات العمرية وبنسبة (36%)، بلغت حصة الذكور فيها (33) تكراراً وبنسبة (24%)، في حين بلغت حصة الإناث (17) تكراراً وبنسبة (12%)؛ أما الفئة العمرية (30-39) فقد جاءت في المرتبة الثانية، إذ حصلت على (47) تكراراً وبنسبة (48%)، توزعت للذكور (35) تكراراً وبنسبة (25%)، وللإناث (12) تكراراً وبنسبة (9%)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (45%)، وللإناث (12) تكراراً وبنسبة (27%)، كانت حصة الذكور (48%) تكراراً وبنسبة (18%)، كانت حصة الذكور (48%) تكراراً وبنسبة (18%) تكراراً وبنسبة (18%) كانت حصة الذكور (18%) تكراراً وبنسبة (18%) تكراراً وبنسبة (18%) كانت حصة الذكور

(6٪)؛ وجاءت الفئة العمرية (50-59) في المرتبة الرابعة، إذ حصلت على (9) تكرارات وبنسبة (6٪)، توزعت للذكور (9) تكرارات وبنسبة (6٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للإدث ضمن هذه الفئة العمرية؛ أما الفئة العمرية (60 فيا فوق) فقد جاءت في المرتبة الحمسة؛ وحصلت على (7) تكرارات وينسبة (5٪)، كانت حصة الذكور منها ثلاثة تكرارات وبنسبة (5٪)، كانت وبنسبة (5٪).

جدول رقم (3) يوضح توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة البصرة

عبدوع	عجموع		برة			
النسب	المنكرارات		الإناث	الذكور		فثات العمر
المثوية		7.	صد المتكرادات	Z	حدد التكوارات	
36	50	12	17	24	33	29 – 29 سنة
34	47	9	12	25	35	39 – 30 سنة
19	27	6	9	13	18	49-40 سنة
6	9	1		6	9	59 – 50 سنة
5	7	3	4	2	3	60 سنة فيا فوق
100	140	30	42	70	98	الجموع

## ج. توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة صلاح الدين

يشير الجدول رقم (4) الذي يتضمن توزيع الفتات العمرية لمدينة صلاح الدين في إطار عينة الدراسة الخاصة بها والبالغة (66) مبحوثاً، أن الفتة العمرية (18 29) كانت الأعلى وبلغ عدد التكرارات (33) تكراراً بين الفئات العمرية وبنسبة (50٪)، كانت حصة الذكور منها (19) تكراراً وبنسبة (29٪)، في حين حصلت الإناث على (14) تكراراً وبنسبة (30٪)، في حين حصلت الإناث على (14) تكراراً وبنسبة (30٪)، توزعت للذكور (6) تكرارات وبنسبة حصلت على (15) تكراراً وبنسبة (23٪)، توزعت للذكور (6) تكرارات وبنسبة وبنسبة

(9٪)، وللإناث (9) تكرارات وينسبة (11٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة العندية (9٪)، وللإناث (11٪)، كانت حصة الدكور (40–40٪)، إذ بلغ عدد التكرارات (11٪) تكراراً وينسبة (16٪)، كانت حصة الدكور منها (8) تكرارات وينسبة (12٪)، في حين بلغت حصة الإناث منها (3) تكرارات وينسبة (4٪)؛ وجاءت الفئة العمرية (50–59٪) في المرتبة الرابعة، إذ حصلت على (7٪) تكرارات وينسبة (9٪)، وللإناث تكراراً تكرارات وينسبة (9٪)، وللإناث تكراراً واحداً وينسبة (9٪)؛ أما الفئة العمرية (60 فها فوق) فقد جاءت في المرتبة الحامسة؛ ولم يتم تسجيل أي تكرار الها ضمن هيئة الدراسة.

جدول رقم (4) يوضح توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة صلاح الدين

عِموع	مجموع		الدين			
النسب	النكوارات		الأبات		الذكور	فئات العمر
المثوية		7.	حدد النكرارات	7.	عدد النكر ارات	
50	33	21	14	29	19	29-18 سنة
23	15	14	9	9	6	39-30 سنة
16	11	4	3	12	8	49-40 سنة
11	7	2	1	9	6	59-50 سنة
		-			_	60 سنة نيا فوق
100	66	41	27	59	39	المجموع

#### د. مجموع الفئات العمرية لعينة الدراسة في المحافظات الثلاث

يشير الجدول رقم (5) والذي يتضمن مجموع الفئات العمرية لعينة الدراسة في المحافظات الثلاث (بغداد، البصرة، صلاح الدين) ضمن الإطار الكلي لعينة الدراسة والبالغ (650) مبحوثاً، ويُبين أن الفئة العمرية (18–29) كانت الأعلى وبلغ مجموع عدد التكرارات فيها (229) تكراراً بين الفئات العمرية وبنسبة (35٪)، بلغت حصة

الذكور فيها (130) تكراراً وينسبة (20%) في حين حصلت الإناث على (99) تكراراً وينسبة (15%)؛ أما الفئة العمرية (30–39) فقد جاءت في المرتبة الثانية، إذ حصلت على (192) تكراراً وينسبة (30%)، توزعت المذكور (114) تكراراً وينسبة (30%)، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (40%) وللإماث (78) تكراراً وينسبة (29%)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (40%)، إذ بلغ عدد التكرارات (132) تكراراً وينسبة (20%)، كانت حصة الذكور منها (74) تكراراً وينسبة (11%)، في حين بلغت حصة الإناث منها (58) تكراراً وينسبة (9%)؛ وجاءت الفئة العمرية (50–59) في المرتبة الرابعة، إذ حصلت على (66) تكراراً وينسبة (10%)، توزعت المذكور (48) تكراراً وينسبة (7%)، وللإناث (18) تكراراً وينسبة (3%)؛ أما الفئة العمرية (60 فيا فوق) فقد جاءت في المرتبة الخامسة؛ وحصلت على (31) تكراراً وينسبة (3%)، ثما الفئة العمرية (60 فيا فوق) فقد جاءت في المرتبة الخامسة؛ وحصلت على (31) تكراراً وينسبة (3%)،

جدول رقم (5) يوضح مجموع الفتات العمرية لعينة الدراسة في المحافظات الثلاث

عبسوع	مجسوع		بخ	:		
النسب	التكوادات		الإناث		الذكور	طثات العمر
المثوية .		7.	مدالتكرارات	7.	حدد التكرارات	
35	229	15	99	20	130	29-18 ئ
30	192	12	78	18	114	39-30 سة
20	132	9	58	11	74	49 40 ئ
10	66	3	18	7	48	59–50 سنة
5	31	2	11	3	20	60سنة فها نوق
100	650	41	264	59	386	الجموع

#### 3. توزيع المينة حسب التحصيل الدراسي والجنس:

#### أ. توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة بغداد:

يتضح من توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة بعداد في الجدول رقم (6) أن أعلى تكرار كان (243) تكراراً لاصحاب شهادة (البكالوريوس) والذي جاء في المرتبة الاولى ضمن الإطار الكلي لعينة الدراسة وبنسبة (55٪)؛ إذ بلغ عدد تكرارات الذكور الحاصلين على شهادة البكالوريوس (134) تكراراً وبنسبة (30٪) في حين بلغت حصة الإناث منها (109) تكراراً وبنسبة (25٪)؛ يليهم بتكرار (118) تكراراً وبنسبة (27٪) الحاصلين على الشهادة (الثانوية) وجاء في المرتبة الثانية، كانت حصة الذكور منها (68) تكراراً وبنسبة (15٪) في حين بلغ عدد تكرار الإناث فيها (50) تكراراً وبنسية (11٪)؛ وجاء في المرتبة الثالثة الحاصلون على (شهادة عليا) بتكرار قدره (51) تكراراً وبنسبة (11٪)، بلغت حصة الذكور فيها (33) تكراراً وبنسبة (8٪) وبلغت حصة الإناث فيها (18) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ ثم جاء في المرتبة الرابعة الحاصلون على الشهادة (الابتدائية) بتكرار قدره (23) تكراراً وبنسبة (5٪)، كانت حصة الذكور فيها (10) تكرارات وبنسبة (2٪) أما حصة الإناث فيها فقد بلغت (13) تكراراً وبنسبة (3٪)؛ ثم بعدد تكرارات (9) وبنسبة (2٪) لمن هم (بلا شهادة)، بلغت حصة الذكور منها (4) تكرارات (1٪) أما حصة الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ ولو قمد بترتيب التحصيل الدراسي لمعينة الدراسة في مدينة بغداد نجد انها ستترتب كالآتي من الأكثر للأقل تكراراً: بكالوريوس، ثانوية، دراسات عليا، ابتدائية، بلا شهادة.

مجموع			7	بئا		
السب	عموع		الإتاث	الذكور		التحصيل
المئوية	التكرارات	7.	عدد التكرارات	γ.	عدد التكوارات	الدراسي
2	9	1	5	1	4	بلا شهادة
5	23	3	13	2	10	ابتدائية
26	118	11	50	15	68	ثانوية
55	243	25	109	30	134	بكالوريوس
12	51	4	18	8	33	شهادة عليا
100	444	44	195	56	249	الجدوع

#### ب. توزيع عبنة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة البصرة:

يتضح من توزيع عبنة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة البصرة في الجدول رقم (7) أن أعلى تكرارات كانت (63) تكراراً وبنسبة (45٪) الأصحاب شهدة (البكلوريوس) والذي جاء في المرتبة الأولى ضمن الإطار الكلي لعينة الدراسة؛ إذ بلغ عدد تكرار الذكور الحاصلين على شهادة البكالوريوس (45) تكراراً وبنسبة (25٪) في حين بلغت حصة الإناث منها (18) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ يليهم بتكرار (48) تكراراً وبنسبة (48٪) أصحاب الشهادة (الثانوية) وجاء في المرتبة الثانية، كنت حصة الذكور منه (31) تكراراً وبنسبة (25٪) في حين بلغ عدد تكرار الإناث فيها (17) تكراراً وبنسبة (48٪)؛ وجاء في المرتبة الثالثة أصحاب (الدراسات العلياً) بتكرار قدره (8) تكرارات وبنسبة (6٪)، بلغت حصة الذكور فيها (6) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ وبنات فيها تكرارين وبنسبة (1٪)؛ ثم جاء في المرتبة الرابعة أصحاب وبلغت حصة الإناث فيها تكرارين وبنسبة (1٪)؛ ثم جاء في المرتبة المرابعة أصحاب

الشهادة (الابتدائية) بتكرار قدره (16) تكراراً وينسبة (11٪)، كانت حصة الذكور فيها (11) تكراراً وبنسبة (8٪) أما حصة الإناث فيها فقد بلغت (5) تكرارات وبنسة (4٪)؛ ثم بتكرار (5) لمن هم (بلا شهادة) وينسبة (4٪)، بلغت حصة الدكور سها (5) تكرارات وبنسبة (4٪)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للإناث بلا شهادة ضمن عينة الدراسة لخاصة بمحافظة البصرة؛ ولو تم ترتيب التحصيل الدراسي لعينة الدراسة في مدينة البصرة نجد أنها ستترتب كالآي من الأكثر للأقل تكراراً: بكالوريوس - دنوية دراسات عليا - ابتدائية - بلا شهادة.

جدول رقم (7) يوضح توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة البصرة

مجموع			8			
النسب	عبرع		الإناث		الذكور	التحصيل اللراسي
المثوية	التكرارات	Z.	عدد التكرارات	Z	مفدالتكرازات	
4	5		_	4	S	بلا شهادة
12	16	4	5	8	11	ابتدائية
34	48	12	17	22	31	ثانوية
45	63	13	18	32	45	بكالوريوس
5	8	1	2	4	6	ثهادة مليا
100	140	30	42	70	98	المجموع

## ج. توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة صلاح الدين

يتضح من توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة صلاح الدين في الجدول رقم (8) أن أعلى تكرار كان (39) تكراراً وبنسبة (59٪) من حصة أصحاب الشهادة (الثانوية) وجاء في المرتبة الأولى ضمن الإطار الكلي لعينة الدراسة، كانت حصة الذكور منها (27) تكراراً وينسبة (41٪) بينها بلغ عدد تكرار الإناث فيها (12٪) تكراراً وبنسبة (28٪) لأصحاب

شهادة (الكالوريوس) والذي جاء في المرتبة الثانية؛ إذ بلغ عدد تكرارات الذكور الحاصلين على شهادة البكالوريوس (5) تكرارات وينسبة (8٪) في حين بلغت حصة الإماث منها (10) تكرارات وينسبة (15٪)؛ وجاء في المرتبة الثالثة أصحاب الشهدة (الابتدائية) بتكرار قدره (7) تكرارات وينسبة (11٪)، بلغت حصة الذكور فيه (3) تكرارات وينسبة (6٪)؛ ثم جا تكرارات وينسبة (6٪)؛ ثم جا ألي المرتبة الرابعة من هم (بلا شهادة) يتكرار قدره (3) تكرارات وينسبة (4٪)، كانت حصة الذكور فيها تكرارين وينسبة (6٪)، أما حصة الإناث فيها فقد بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (1٪)؛ ثم بتكرارين وينسبة (3٪) أما حصة الإناث فيها فقد بلغت تكراراً واحداً الذكور منها تكرارين وينسبة (3٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للإناث من حملة الشهادة الذكور منها تكرارين وينسبة (3٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للإناث من حملة الشهادة العليا ضمن عينة الدراسة في مدينة صلاح الدين تحد أبها مسترتب كالآي من الأكثر للأقل الدراسي لعينة الدراسة في مدينة صلاح الدين تحد أبها مسترتب كالآي من الأكثر للأقل تكراراً: الذنوية، البكالوريوس، الابتدائية، بلا شهادة، الدراسات العليا.

جدول رقم(8)بوضح توزيع المينة حسب النحصيل الدراسي والجنس في مدينة صلاح الدين

مجموع			مسالاح المدين			
النسب المتوية	عبوع		الأثاث		الذكور	التحميل
	النكرارات	7.	مدد التكوارات	7.	ملد التكرارات	الدراسي
4	3	1	1	3	2	بلا شهادة
11	7	6	4	5	3	ابتدالية
59	39	18	12	41	2.7	ثانوية
23	15	15	10	8	5	بكالرريوس
3	2	-		3	2	فهادة عليا
100	66	40	27	60	39	المجموع

#### د. مجموع توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي والجنس في المحافظات الثلاث

بشير الجدول رقم (9) والذي يتضمن مجموع النحصيل الدراسي والجنس لعينة الدراسة في المحافظات الثلاث (بغداد، البصرة، صلاح الدين) ضمن الإطر الكلي لعينة الدراسة والبالغة (650) مبحوثاً، ويُبين أن أعلىٰ تكرار بلغ (321) تكراراً وبنسبة (49٪) من حصة أصحاب شهادة (البكالوريوس) والذي جاء في المرتبة الأولى ضمن الإطار الكلي لعينة الدراسة؛ إذ بلغ عدد تكرارات الذكور الحاصلين على شهادة البكالوريوس (184) تكراراً وبنسبة (28٪) في حين بلغت حصة الإناث منها (137) تكراراً وبنسبة (21٪)؛ يأتي بعدهم ويتكرار بلغت (205) تكراراً وبنسبة (32٪) أصحاب الشهادة (الثانوية) وجاء في المرتبة الثانية، كانت حصة الذكور منها (126) تكراراً وبنسبة (20٪) في حين بلغ عدد تكرار الإناث فيها (79) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ وجاء في المرتبة الثالثة أصحاب (الدراسات العليا) بتكرار قدره (61) تكراراً وبنسبة (9٪)، بلغت حصة الذكور فيها (41) تكراراً وبنسبة (6٪) وبلغت حصة الإناث فيها (20) تكراراً وبنسبة (3٪)؛ ثم جاء في المرتبة الرابعة أصحاب الشهادة (الابتدائية) بتكرار قدره (46) تكراراً وبنسبة (7٪)، كانت حصة الذكور فيها (24) تكراراً وبنسبة (4٪) أم حصة الإناث فيها فقد بلغت (22) تكراراً وينسبة (3٪)؛ ثم بتكرار (17) تكراراً وبنسبة (3٪) لمن هم (بلا شهادة)، بلغت حصة الذكور منها (11) تكواراً وبنسبة (2٪) في حين بلغت حصة الإناث فيها (6) تكرارات وينسبة (1٪)؛ ولو تم ترتيب التحصيل الدراسي لعيمة الدراسة في المحافظات الثلاث (بغداد، البصرة، صلاح الدين) نجد أنه ستكون كالآي من الأكثر للأقل تكراراً: بكالوريوس، ثانوية، دراسات عليا، ابتدائية، ٠ بدون شهادة.

## جدول رقم (9) يوضح مجموع توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي والجنس في المحافظات الثلاث

محسوع			موع			
التسب	مجموع		الإثاث		الذكور	التحصيل الدراسي
المثوية	التكرارات	l.	هدد التكرارات	7.	حدد التكوارات	
3	17	1	6	2	11	بلا شهادة
7	46	3	22	4	24	ابتدائية
32	205	12	79	20	126	ثانوية
49	321	21	137	28	184	بكلوريوس
9	61	3	20	6	41	شهادة عليا
100	650	40	264	60	386	المجموع

المبحث الثاني توصيف بيانات المشاهدة لعينة الدراسة

## أولاً : توصيف بيانات المُشاهدة لعينة الدراسة / محافظة بغداد:

س1: مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (10) أن أعلى تكرارٍ كان من حصة التعرض بشكل غير منتظم (أحياناً)، وبلغت (297) تكراراً، إذ كانت حصة الذكور في مدينة بغداد (161) تكراراً وبنسبة (36٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (136) تكراراً وبنسبة (31٪)، وهذا يدل على أن هناك تعرضاً غير منتظم للقنوات الفضائية العراقية لدى الجمهور العراقي والذي يعني أن القنوات الفضائية العراقية لحد الآن لر تستطيع كسب المشاهد العراقي مم يجعله يلجأ للقنوات الفضائية العربية والأجنبية؛ أما التعرض بأنتظم للقنوات الفضائية العراقية أي (دائياً) فقد جاء في المرتبة الثانية، بمجموع (135) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الذكور في مدينة بغداد (83) تكراراً وبنسبة (19٪)، أما تكرارات الإزث فقد بلغت (52) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ وأقل تكرار كان من حصة عدم التعرض للقنوات الفضائية العراقية عن طريق الإجابة (أبداً) فقد جاء في المرتبة الثالثة، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور في مدينة بغداد (5) تكرارات وبنسبة (1٪)، أما عدد تكرارات الإنث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (1٪)، ليكون مجموع تكرارات كِلا الجنسين (12) تكراراً، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب أعلاه، وهذا قد يعود إلى تعرض هذه النسبة من العينة للقنوات غير العراقية؛ ويتضح من الجدول أعلاه أن تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حدما وذلك عن طريق الإجابة (أحياناً) وأسباب ذلك سيتم كشفها من الأجوبة أدناه.

جدول رقم (10) يوضح مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموع		باد	مدى التعرض		
السب	النكرارات		الإثاث	الذكور		للقنوات
للثوية		7.	عددالنكرارات	7.	عدد التكرارات	الفضائية العراقية
31	135	12	12 52		83	داد]
67	297	31	136	36	161	أحياناً
2	12	1	7	1	5	أبدآ
100	444	44	44 195		249	المجموع

ويتضح من الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإذث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (75.9٪). جدول رقم (11) يوضح مجموع الومط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية

(الوزن المثوي) لتعرض حينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

الأهب	بجموع	al-	مدى الثعرض			
النسبية	المتوسط	الإناث	لملقنوات الفضائية العراقية			
P%	القسابي	المتومسط الحمسابي	المتوسط الحسابي المتوسط الحسابي			
75.9	2.28	2.23	2.31			

س2: القنوات القضائية العراقية الأكثر مشاهلة لدى عينة الدراسة:

ينضح من الجدول رقم (12) أن قناة (العراقية) هي أكثر الفنوات الفضائية العراقية مُشاهدة لدئ عينة الدراسة في محافظة بغداد، إذ حصلت على المرتبة الأولى بمحموع تكرارات بلغت (345) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (197) تكراراً وبنسبة (9٪) وبلغت حصة الإناث منها (148) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ جاءت بعدها في

المرتبة الثانية قناة (الشرقية) بمجموع تكرارات بلغت (305) تكراراً، كانت حصة الدكور منها (159) تكراراً وينسبة (7٪) ويلغت حصة الإناث منها (146) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة قناة (اليغدادية) بمجموع تكرارات بلغت (201) تكرار، كانت حصة الذكور منها (108) تكرارات وبنسبة (5٪) وبلغت حصة الإناث منها (93) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة قناة (السومرية) بمجموع تكرارات بلغت (198) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (115) تكراراً وبنسبة (5٪) ويلغت حصة الإناث منها (83) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الخامسة قناة (الديار) بمجموع تكرارات بلغت (114) تكراراً، كانت حصة اللكور منها (66) تكراراً وبنسبة (3٪) وبلغت حصة الإناث منها (48) تكراراً وبنسبة (2٪)، وجءت في المرتبة السادسة قناة (بغداد) بمجموع تكرارات بلغت (102) تكرار، كانت حصة الذكور منها (55) تكراراً وبنسبة (3٪) وبلغت حصة الإناث منها (47) تكراراً وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة السابعة قناة (الفرات) بمجموع تكرارات بلغت (101) تكرار، كانت حصة الذكور منها (52) تكراراً وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (49) تكراراً وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة الثامنة قناة (الحرية) بمجموع تكرارات بلغت (98) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (52) تكراراً وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منه (46) تكراراً وينسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة التاسعة قدة (السلام) بمجموع تكرارات بلغت (76) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (38) تكراراً وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (38) تكراراً وينسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة العاشرة قدة (الرافلين) بمجموع تكرارات بلغت (63) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (32) تكراراً وبنسة (1٪) وبلغت حصة الإناث منها (31) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجءت في المرتبة الحادية عشرة قناة (البابلية) بمجموع تكرارات بلغت (61) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (34) تكراراً وينسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (27) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الثانية عشرة قناة (اهل البيت) بمجموع تكرارات بلغت (55) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (30) تكراراً وينسبة (1٪) وبلغت حصة الإذاث منها (25) تكراراً وبنسية (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة عشرة قناة (دجلة) بمجموع تكرارات بلغت (54) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (33) تكراراً وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (21) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة عشرة قدة (المسار) بمجموع تكرارات بلغت (47) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (32) تكراراً وبنسبة (1٪) ويلغت حصة الإناث منها (15) تكراراً وبنسبة (1٪)؛ وجوءت في المرتبة الخامسة عشرة قناة (بلادي) بمجموع تكرارات بلغت (40) تكراراً، كانت حصة اللكور منها (22) تكراراً وبنسبة (1٪) وبلغت حصة الإناث منها (18) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة السادسة عشرة قناتا (الفيحاء) و(صلاح الدين) بمجموع تكرارات بلغت (38) تكراراً لكل منها، كانت عدد تكرارات الذكور لقدة الفيح، (19) تكراراً وبنسبة (1٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (19) تكراراً وبنسبة (1٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لمقناة صلاح الدين فقد بلغت (23) تكراراً وبنسبة (1٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (15) تكراراً وينسبة (1٪)، وجاءت في المرتبة السابعة عشرة قناة (الراي) بمجموع تكرارات بلغت (33) تكراراً، كأنت حصة الذكور منها (18) تكراراً وينسبة (1٪) وبلغت حصة الإناث منها (15) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الثامنة عشرة قناة (الموصلية) بمجموع تكرارات بلغت (31) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (17) تكراراً وينسبة (1٪) ويلغت حصة الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة التاسعة عشرة قناة (الرشيد) بمجموع تكرارات بلعث (30) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (20) تكراراً وينسبة (1٪) وبلغت حصة الإنث منه (10) تكرارات وبنسبة (0.4٪)؛ وجاءت في المرتبة العشرين قناتا (كوردسات) و(الغدير) بمجموع تكرارات بلغت (21) تكراراً، كانت عدد تكرارات الدكور لقناة كوردسات (11) تكراراً وينسبة (1٪) ويلغت عدد تكرارات الإذث منها (10) تكرارات وبنسبة (0.4٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة الغدير فقد بلغت (10) تكرارات وينسبة (0.4٪) ويلغت عدد تكرارات الإناث منها (11) تكراراً وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الحادية والعشرين قناة (المعارف) بمجموع تكرارات بلعت (19) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (10) تكرارات وينسبة (0.4٪) وبلغت حصة الإناث منها (9) تكرارات وبنسبة (0.4٪)؛ وجاءت في المرتبة الثانية والعشرين قناة (الانبار) بمجموع تكرارات بلغت (16) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (9) تكرارات وبنسبة (0.4٪) وبلغت حصة الإناث منها (7) تكرارات وينسبة (0.3٪)؛ ؛ وجاءت في المرتبة الثالثة والعشرين قناة (آفاق) بمجموع تكرارات بلغت (13) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (10) تكرارات وينسبة (0.4٪) ويلغت حصة الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (0.1٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة والعشرين القنوات (عشتار، والعهد، والعراق الاقتصادية) بمجموع تكرارات بلغت (12) تكراراً، كانت عدد تكرارات الذكور لقدة عشتار (5) تكرارات وبنسبة (0.2٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (7) تكرارات وبنسبة (0.3٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة العهد فقد بلغت (10) تكرارات وينسبة (0.4٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها تكرارين وينسبة (0.09٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة العراق الاقتصادية فقد بلغت (6) تكوارات وينسبة (0.2٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (6) تكرارات وبنسبة (0.2٪)؛ وجاءت في المرتبة الخامسة والعشرين قناة (آشور) بمجموع تكرارات بلغت (5) تكرارات، كانت حصة الدكور منه تكرارين وينسبة (0.09٪) وبلغت حصة الإناث منها ثلاثة تكرارات وينسبة (0.1٪)؛ وجاءت في المرتبة السادسة والعشرين قناة (تركمان ايلي) بمجموع تكوارات بلغت (3) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور أثنين وبنسبة (0.09٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها تكراراً واحداً وبنسبة (0.04٪).

جدول رقم (12) يوضح القنوات الفضائية العراقية التي تفضل مشاهدتها عبنة الدراسة

معوع	عموع		솨	القنوات العضائية	المرتبة		
النب	النكرارات	ځ	म् इंद्री	ı	الذكو	العراقية التي	
المثوية		7.	ملد	7.	ملد	تشاهدها عينة	
			التكوثوات		التكرارات	الدراسة	
16	345	7	148	9	197	العراقية	1
14	305	7	146	7	159	الشرقية	2
9	201	4	93	5	108	البغدادية	3
9	198	4	83	5	115	السوموية	4
5	114	2	48	3	66	الديار	5
5	102	2	47	3	55	يفلأو	6
4	101	2	49	2	\$2	الفرات	7
4	98	2	46	2	52	الخرية	8
4	76	2	38	2	38	السلام	9
2	63	1	31	1	32	الراددين	10
3	61	1	27	2	34	البابلية	11
2	55	1	25	1	30	اهل البيت	12
3	54	1	21	2	33	دجلة	13
2	47	1	15	1	32	المار	14
2	40	1	18	1	22	ملادي	15
2	38	1	19	1	19	الميحاء	16
2	38	1	15	1	23	ملاح الدين	16
2	33	1	15	1	18	الراي	17

3	7	Λ
	•	ч.

2//=							
2	31	1	14	1	17	الموصلية	18
1.4	30	0.4	10	1	20	الرشيد	19
0.9	21	0.4	10	0.5	11	كوردسات	20
0.9	21	0.5	11	0.4	10	الغدير	20
8.0	19	0.4	9	0.4	10	المعارف	21
0.7	16	0.3	7	0.4	9	الانيار	22
0.5	13	0.1	3	0.4	10	آفاق	23
0.5	12	0.3	7	0.2	5	مئتار	24
0.94	12	0.09	2	0.4	10	العهد	24
0.4	12	0.2	6	0.2	6	العراق الاقتصادي	24
0.19	5	0.1	3	0.09	2	آلمبور	25
0.13	3	0.04	1	0.09	2	تركبان ايلي	26
100	2164	44.8 3	967	51.0 8	1197	المجموع	

#### س3: أسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية:

بوضح الجدول رقم (13) أن أهم أسباب مشاهدة القنوات الفضائية العراقية تتمثل في (التعرف على مستجدات الأحداث)، إذ حصلت على أعلى مجموع تكرارات بلغت (325) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (185) تكراراً وينسبة (42٪)، أم

حصة الإناث فقد بلغت (140) تكراراً وينسبة (18٪)، ويذلك حصلت على المرتبة الاولى؛ ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (أكتساب معارف جديدة) بمجموع تكرارات (140) تكراراً، بلغت حصة الذكور (76) تكراراً وينسبة (10٪) أما حصة الإداث فقد بلغت (64) تكراراً وبنسبة (8٪)؛ أما الإجابة (لأنها قريبة من أهتهاماتي ورعباق) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمجموع تكرارات بلغت (99) تكراراً، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور (55) تكراراً وبنسبة (7٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (44) نكراراً وبنسبة (6٪)؛ أما المرتبة الرابعة فكانت من حصة الإجابة (لقضاء وقت الفراغ) بمجموع تكرارات بلغت (87) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (46) تكراراً وبنسة (6٪) وبلغ عدد تكرارات الإناث (41) تكراراً وينسبة (6٪)؛ وجاءت مُشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية من أجل (النسلية والترفيه) في المرتبة الخامسة، بمجموع تكرارات بلغت (32) تكراراً، بلغت حصة الذكور منها (32) تكراراً وبنسبة (4٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (41) تكراراً وبنسبة (6٪)؛ وجاءت في المرتبة السادسة الإجابة (إيجاد موضوع للتحدث مع الآخرين) بمجموع تكرارات بلغت (35) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور منها (21) تكراراً وبنسبة (3٪) في حين بلغ عدد تكرارات الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (2٪)؛ ولم يتم تسجيل أي إجابة لعينة الدراسة في المتغير (أخرى تذكر)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أهم أسباب مشاهدة عينة الدراسة في محافظة بغداد للقنوات الفضائية العراقية تمثل في الإجابة (التعرف على مستجدات الأحداث) وهدا يدل على أن الفنوات الفضائية العراقية تواكب الأحداث العالمية وتقوم بنقلها للمُشاهد العراقي بشكل آني وتجعله على أطلاع بها يجري من أحداث سواء على المستوى المحلي أو العالي .

جدول رقم (13) يوضح أسباب مشاهلة عينة المداسة للقنوات العضائية العراقية

مجموع	مجموع	)	داد	يغا		أسباب مشاهلة عينة
النسب	التكرارات		الإثاث		اللذكور	الدراسة للقوات
المئوية		7.	هلد	7.	علد	الفضائية العراقية
			التكرارات		التكوارات	
18	140	8	64	10	76	اكتساب معارف جديدة
12	87	6	41	6	46	لمقضاء وقت الفراغ
10	73	6	41	4	32	التسلية والترفيه
5	35	2	14	3	21	إيجاد موضوع للتحدث مع الاخرين
42	325	18	140	24	185	التعرف على مستجدات الأحداث
13	99	6	44	7	55	لأنها قريبة من اهتهاماتي ورخباتي
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
100	759	46	344	54	415	المجموع

ويتضح من الجدول رقم (14) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (4) وبنسبة اتفاق بلغت (75٪).

جدول رقم (14) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الوزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية

الأخمية	مجسوع	اد	وأسباب مشاهدة العينة	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	للقنوات الفضائية
P%	الحسابي	التومط الجسابي	المراقية	
75	5.25	5.13	4.2	

س4: أسباب علم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية:

يبين الجدول رقم (15) أن أهم أسباب علم مشاهدة القنوات الفضائية العراقية لدئ عينة الدراسة في مدينة بغداد تتمثل في أن (برانجها لا تجذب المُشاهد) وحصلت على اعلىٰ التكرارات بمجموع (5) تكرار، إذ بلغت تكرارات الذكور أثنين وبنسبة (12٪)، أم تكرارات الإناث فقد بلغت ثلاثة وبنسبة (17٪)، وبذلك جاءت في المرتبة الأولى؛ ثم تأتي في المرتبة الثانية الإجابة (أكتفي بمُشاهدة القنوات الفضائية العربية) بمجموع (4) تكرارات، بلغت حصة الذكور منها تكرارين وبنسبة (12٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت أثنين وبنسبة (12٪)؛ أما المرتبة الثالثة فقد تقاسمتها كل من الإجابة (أعتمد على الإذاعات أو الصحف أو كليهم) والإجابة (لا أثق في ما تعرضه القنوات الفضائية العراقية)، إذ تساوتا في مجموع التكرارات وبلغت (3) تكرارات، إذ كانت حصة الذكور في كِلا الأجابِئين تكراراً واحداً وبنسبة (6٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت في كِلا الأجابتين تكرارين وبنسية (12٪)؛ أما المرتبة الرابعة فكانت للإجابة (ليس لدي الوقت الكافي) بمحموع تكرارين، إذ بلغ علد تكرارات الذكور منها تكراراً واحداً وينسبة (6٪) وعدد تكرارات الإناث منها بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (5٪)؛ ولريتم تسحيل أي إجابة في عينة الدراسة للمتغير (أخرى تذكر)؛ يتضح من الجدول أعلاه أن أهم أسباب عدم مشاهدة القنو ت الفضائية العراقية من قبل عينة الدراسة في محافظة بغداد في أن برامجها ليست جذابة لكن النتائج بشكل عام تدل على أن أغلبية عينة الدراسة هي من مُشاهدي القنوات الفضائية العراقية .

جدول رقم (15) يوضح أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة لملقنوات الفضائية العراقية

مجنوع	مجموع		ો.	بثا		أسياب عدم مشاهدة العينة
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	للقنوات الفضائية العراقية
المنوية		7.	هلد	7.	حدد	
			التكرارات		التكوارات	
24	4	12	2	12	2	أكتفي بمشاهدة القنوات
						الفضائية المربية
29	5	17	3	12	2	براجها لاتجذب المشاهد
11	2	5	1	6	1	ليس لدي الوقت الكاتي
18	3	12	2	6	1	أعتمد على الإذاعات أو
						الصحف أو كليهيا
18	3	12	2	6	1	لاأثق في ما تعرضه
						القنوات الفضائية المراتية
_		_		-	_	أخرى تذكر
100	17		10	42	7	المجموع
		58				

ويتضح من الجدول رقم (16) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الأكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختيار البالغ (3.5) وبنسبة اتفاق بلغت (70.5).

جدول رقم (16) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية

الأهب	مجموع	اد	أسباب حدم مضاهدة العينة	
النبية	المتوصط	الإثاث	الذكور	لملقنوات العضائية العراقية
Р%	الحسابي	للتوسط الحسابي	المتومط الحسابي	
70.5	4.24	4.1	4.43	

#### س5: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة:

يوضح الجدول رقم (17) أن القوات الفضائية العراقية (تسهم إلى حد ما) بالتعريف بالقضايا العامة، إذ حصلت على أعلى عموع من التكرارات بلغت (279) تكراراً، كنت حصة الذكور منها (150) تكراراً وبنسبة (34٪)، وكانت حصة الإناث (129) تكراراً وبنسبة (28٪)، وبذلك جاءت هذه الإجابة في المرتبة الاولى؛ أما المرتبة الثانية فكنت من حصة الإجابة (أسهمت) بمجموع (130) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الثانية فكنت من حصة الإجابة (أسهمت) بمجموع (130) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الأناث فقد بلغت (53) تكراراً وبنسبة (77٪)؛ وجاء عدم إسهام القنوات الفضائية العراقية في المتعريف بالفضايا العامة في المرتبة لثانة عن طريق الإجابة (لرتسهم) بمجموع تكرارات بلغت (35) تكراراً، بلغت حصة الذكور منها (22) تكراراً وبنسبة (5٪)، أما حصة الإناث منها فقد بلغت بلغت حصة الذكور منها (29) تكراراً وبنسبة (5٪)، أما حصة الإناث منها فقد بلغت في التعريف بالقضائية العراقية من الإجابة (إلى حد ما) رغم أن أغلبية عينة الدراسة تُشهد القنوات الفضائية العراقية من أجل معرفة مستجدات الأحداث إلا أن المهام هده القنوات في التعريف بالقضايا العامة هو متوسط ويستدعي هذا من إدارة القنوات الفضائية العراقية أسباب عدم التعريف بالقضايا القنوات الفضائية العراقية أسباب عدم التعريف بالقضايا القنوات الفضائية العراقية المراقية أسباب عدم التعريف بالقضايا القنوات الفضائية العراقية المراقية العراقية المراقية العراقية المهام هده القنوات الفضائية العراقية القراقية المراقية القراقية المهمة على معالجة أسباب عدم التعريف بالقضايا القنوات الفضائية العراقية المورقية المحروقية المعرفية العراقية العراقية العراقية المورقية المحروقية المحروقية المعرفية العراقية العراقية العراقية المحروقية المعرفية أسباب عدم المتعرفية بالقضايا العامة عوروسط ويستدعي هذا القنوات الفضائية العراقية المحروقية المح

العامة رغم أن المتلقي يشاهدها من أجل معرفة مستجدات الاحداث لاسيها أن السبب الرئيسي لعزوف عينة الدراسة عن مشاهدة القنوات الفضائية العراقية يتمثل في متابعة القنوات الفضائية العربية وأن برامجها لاتحتوي على الجاذبية التي تدفع المتلقي لمتابعتها.

جدول رقم (17) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة

مجموع	عجموع		اد	مدى إسهام القنوات		
النسب	التكرارات		الذكور الإناث		الفضائية العراقية في	
المثنوية		7.	فلد	7.	حدد التكرارات	التعريف بالقضايا العامة
			التكرارات			
29	130	12	53	17	77	- Company
63	279	29	129	34	150	تسهم إلى حدما
8	35	3	13	5	22	ثم تسهم
100	444	44	195	56	249	الجموع

ويتضح من الجدول رقم (18) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (73.8٪). جدول رقم (18) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية المراقية في التعريف بالقضايا العامة

I	الأمرية	عجموع	s.lc		
١	السيية	المتوسط	الإناث	الذكور	مدى إسهام القنوات
	P%	الحساب	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	الفصائية العراقية في
	73.8	2,21	2.21	2.22	التعريف بالقضايا العامة

س6: مدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم عينة الدراسة بشكل واقعي: يوضح الجدول رقم (19) أن القنوات الفضائية العراقية تُعبر إلى حدم عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي بشكل واقعى، إذ حصلت الإجابة (أحياناً) على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (312) تكراراً، كانت حصة الذكور (171) تكراراً وبنسبة (38٪)، أم حصة الإناث فقد بلغت (142) تكراراً وينسبة (32٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ وجاء عدم تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد المراقي بشكل واقعي في المرتبة الثانية عن طريق الإجابة (أبدأ) بمجموع تكوارات بلغت (83) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (53) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (30) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ أما إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعبير عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي بشكل واقعى فقد جاء في المرتبة الثالثة متمثلاً في الإجابة (دائياً) بمجموع (48) تكراراً، إذ بلغت حصة الذكور منها (25) تكراراً وينسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (23) تكراراً وينسبة (5٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن إسهام الفوات الفضائية العراقية في التعبير عن قضيه وهموم المُشاهد العراقي ضعيف جداً وذلك لأن أجابات عينة الدراسة تميل إلى بيأن الدور السلبي للقنوات الفضائية العراقية في هذا المجال فهي بعيدة من ثمَّ عن هموم ومشاكل الحياة اليومية للمُشاهد العراقي والذي يعد ايضاً وفي الوقت ذاته أحد أفراد المجتمع العراقي مم يستدعى ضرورة من القنوات الفضائية العراقية مراعاة هذه النقطة المهمة وضرورة الأسراع بمعالجتها لتكون قريبة من الفرد العراقي وتكسبه مُشاهداً ومتابعاً لبرامجها التلفازية .

جدول رقم (19) يوضح مدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن هموم المُشاهد العراقي

مجموع	محموع	بغداد				مدى تعبير القوات المضائية
(لنسب	التكرازات		الإناث		الذكور	العراقية عن قضايا وهموم
المثوية		7,	ملز	7.	) Jac	المُشاهد المراقي
			التكرارات		التكرارات	
11	48	5	23	6	25	دائياً
70	312	32	142	38	171	أحياناً
19	83	7	30	12	53	أبدأ
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول وقم (20) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (64.1٪).

جدول رقم (20) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي

الأمية	مجموع	باد	بقا	
السبية	المتوسط	الإناث	الذكور	مدى تعبير القنوات الفضائية
P%	المتوسط الحسبابي		المتوسط الحسابي	العراقية عن قضايا وخموم المُشاهد العراقي
64.1	1.92	1,96	1.89	النافو التي

س7 مدى العلاقة بين عدم أطلاع عينة الدراسة على يعض القضايا المهمة وبين تجاهل المقتات الفضائية العراقية أهذه القضايا:

يوضح الجدول رقم (21) أن هناك علاقة متوسطة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وبين تجاهل القنوات الفضائية لهذه القضايا، عن طريق الإجابة (إلى حد ما)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (172) تكراراً، كانت حصة

الذكور منه، (89) تكراراً وينسبة (20%)، وبلغت حصة الإناث منها (83) تكراراً وينسبة (19%)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي تأكيد وجود علاقة بين عدم الأطلاع على يعض القصايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها بمجموع (158) تكراراً، بلغت حصة الذكور منه، (95) تكراراً وبنسبة (12%)، أما حصة الإناث فقد بلغت (63) تكراراً وبنسبة (14%)؛ أما انعدام وجود علاقة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجهل الفنوات الفضائية العراقية لها فقد جاءت في المرتبة الثائثة، متمثلاً في الإجابة (كلا)، بمجموع (114) تكراراً، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور (65) تكراراً وبنسبة (11%)، أن عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (49) تكراراً وبنسبة (11%)؛ يتضح من (15%)، أن عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (49) تكراراً وبنسبة (11%)؛ يتضح من النشائية العراقية لها هي موجودة بشكل متوسط وهذا يؤكد الدور الذي يضطلع به التلفاز في الإعلام والتنقيف وتزويد المشاعد بالمعلومات وأعتباره مصدراً مهاً من مصادر التعلومات لذى الغود العراقية كما هو الحال في بقية دول العالى.

جدول رقم (21) يوضح العلاقة بين عدم الاطلاّع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها

جمعوج النسب	مجموع التكرارات		بغداد الذكور الإناث		العلاقة بين حدم الاطلاّع على بعض القضايا المهسة	
ا المئتوية		7.	عندالتكراوات	7.	علدالتكرارات	و تجاهل القنوات المضائية العراقية خا
35	158	14	63	21	95	ثعم
39	172	19	83	20	89	إلى حدما
26	114	11	49	15	65	7.5%
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (22) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (70٪).

جدول رقم (22) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات القضائية العراقية لما

الأمية	مجموع	نباد	پذا	العلاقة بين علم الإطلاع على بعض القضايا المهمة	
النبية 19%	المتوسط الحساب	الإتاث	الذكور		
		المتوصط الحسابي	المتوسط الحساب	وتجاهل القنوات الفضائية المالة قائدًا	
70	2.10	2.07	2.12	العراقية شا	

س8: العلاقة بين التغطية الإعلامية للفضائيات العراقية وبين الاهتيام بقضايا معينة:

يوضح الجدول رقم (23) أن العلاقة متوسطة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد العراقي، إذ أن أعلى مجموع تكوار كان من حصة الإجابة (أحياناً) بلغت (265) تكواراً، إذ كانت حصة الذكور (142) تكراراً وبنسبة (32٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (123) تكراراً وبنسبة (28٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما انعدام وجود العلاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد العراقي فقد جاء في المرتبة الثانية من الإجابة (أبداً) بمجموع تكرارات بلغت (105) تكرارات الإناث تكرارات، كانت حصة الذكور منها (64) تكراراً وينسبة (14٪)، أما تكرارات الإناث التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد التعراقي متمثلاً في الإجابة (دائم)، وبمجموع تكرارات بلغت (74) تكراراً، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور (43) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت

(31) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ والنتائج أعلاء توضح أن العلاقة بين النغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد العراقي هي ضعيفة جداً والذي يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في النائير على المشاهد العراقي وضعف دورها في الحياة العامة للفرد العراقي.

جدول رقم (23) يوضح العلاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية والاهتهام بقضايا معينة لدى المُشاهد العراقي

مجموع	مجموع	پقلائد				الملالة بين الانطوة الإملانية الكرات الانسانية البراقية رالإنصار
السب	التكرثرات		الإتاث	الذكور		باندابا مجة لدى التفاعد الحرالي
المثوية		7.	حدد التكرارات	χ.	حدد التكرارات	
17	74	7	31	10	43	دائياً
60	265	28	123	32	142	أحياناً
23	105	9	41	14	64	أيداً
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (24) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقر من معيار الإختيار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (64.3٪). جدول رقم (24) يوضح بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد العراقي

الأهية	عجموع	.اد	يقا	العلاقة بين التغطية الاعلامية
النسبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	للقنوات الفضائية للمراقية وبين
Р%	الحسابي	التومط الحسابي	المتوسط الحبسابي	الاحتيام بقضايا معيتة لدى المُشاهد العراقي
64.3	1.93	1.95	1.92	المسامد العرافي

س9: القضايا التي يهتم بها عينة الدراسة يسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (25) أن أعل مجموع تكرار كان من حصة عدم وجود قضايا يهتم به المشاهد العراقي بسبب النغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وجاءت في المرتبة الأولى، بمجموع (196) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (109) تكرارات وبنسبة (18%)، وبلغت حصة الإناث منها (87) تكراراً وبنسبة (14%)؛ أن القضايا السياسية فقد جاءت في المرتبة الثانية بمجموع (163) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (100) تكرار وبنسبة (16%)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (63) تكراراً وبنسبة (10%)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة القضايا الاقتصادية وبمجموع تكرارات بلغت (134) تكراراً وبنسبة (13%)؛ أما عدد تكرارات الذكور (96) تكراراً وينسبة (13%)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (188) تكراراً وبنسبة (19%)؛ تأتي بعدها القضايا الإجتماعية لتحتل المرتبة الرابعة ضمن القضايا التي يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للتعتل المرتبة الرابعة ضمن القضايا التي يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للتنوات الفضائية العراقية وبمجموع تكوارات لكلا الجنسين بلغت (116) تكراراً وبنسبة (10%)، أما حصة الإناث فقد بلغت كانت حصة الذكور منها (61) تكراراً وبنسبة (10%)، أما حصة الإناث فقد بلغت (55) تكراراً وبنسبة (68%) تكراراً وبنسبة (68%)؛ وجاءت القضايا الرياضية في المرتبة الخامسة بمجموع (13)

تكراراً، بلغت حصة الذكور منها (13) تكراراً وبنسبة (21)، ولريتم تسجيل أي أهتمام بالقضايا الرياضية لدى الإناث من عينة الدراسة في محافظة بغداد؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لرتجعل المتلقي العراقي يهتم بقضايا محددة نما دفع أعلبية عينة الدراسة إلى عدم تحديد القضايا التي أذت التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية إلى الأهتمام بها، تأتي بعدها وبالمرتبة الثانية الأهتمام بالقضايا السياسية .

جدول رقم (25) يوضيح القضايا التي يهتم بها المُشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	بجموع		ناد	بغا		القضايا التي يهتم بها المتشاهد العرائي
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	سبب التضلية الإعلامية الترادي الترادية الرادية
المثوية		7,	علد	7. sie		للقتوات المشاتية العراقية
			التكولوات		التكوارات	
26	163	10	63	16	100	سياسية
21	134	6	38	15	96	اقتصادية
19	116	9	55	10	61	اجتياعية
2	13			2	13	رياضية
32	196	14	87	18	109	لأيوجد
100	622	39	243	61	379	المجموع

يوضح الجدول رقم (26) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور كان أكبر من معيار الإحتبار؛ أما متوسط الإناث فقد كان أقل من معيار الإختبار البالع (3) وبنسبة اتفاق بلغت (61.8٪). جدول رقم (26) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية السبية (الورن المتوي) للقضايا التي يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية

الأحمية	عبوع	نائد	القضايا التي يهتم بها	
النسبية 2004	المتوسط	الإناث	الذكور	المشاهد العراقي بسبب
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية
61.8	3.09	2.73	3.17	المرائية

س10: مدى تركيز القنوات القضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية:

يوضح الجدول رقم (27) أن عينة الدراسة تعتقد ويشكل كبير أن القنوات الفضائية العراقية تركز على قضايا دون سواها لأسباب سياسية وجاءت هذه الإجابة (نعم) في المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (238) تكراراً، كانت حصة المذكور منه (141) تكراراً وبنسبة (32٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (97) تكراراً وبنسبة (22٪)؛ وجاء في المرتبة الثانية وجود تركيز متوسط من قبل القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية عن طريق الإجابة (إلى حدما)، بمجموع (146) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الذكور (77) تكراراً وبنسبة (17٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (69) تكراراً وبنسبة (16٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة عدم وجود تركيز للقنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية من الإجابة زكلا)، وبمجموع تكرارات بلغت (60) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (31) تكراراً وبنسبة (6٪)؛ يتضح (كلا)، وبمجموع تكرارات الإناث فقد بلغت (29) تكراراً وبنسبة (6٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة بغداد يعتقدون أن القنوات الفضائية العراقية تقوم بالتركيز على قضايا دون مواها وتشملها بكثافة التغطية الإعلامية بسب العراقية تقوم بالتركيز على قضايا دون مواها وتشملها بكثافة التغطية الإعلامية بسب

عوامل وأهداف سياسية وهذه تعد نقطة سلبية في مسيرة عمل هذه القنوات الفضائية وأيصاً نقطة سلبية في مسيرة الإعلام العراقي في ظل التعددية وحرية التعبير الذي يتمتع به العراق خصوصاً بعد سقوط النظام السابق والخروج من سيطرة ايديولوجية الحزب الواحد.

جدول رقم (27) يوضح تركيز القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية

عبدع	مجبوع		لالد	مدى تركيز القنوات		
النسب	التكرارات	الإناث		الذكور		الفضائية العراقية على قضايا
الثوية		7.	عدد النكرارات	Z	عدد	دون سواها لأسباب سياسية
					النكرارات	
54	238	22	97	32	141	ثعم
33	146	16	69	17	77	إلى حد ما
13	60	6	29	7	31	צצ
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (28) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (80٪).

جدول رقم (28) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لتركيز القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية

الأمية	تجموع	لباد	مدى تركيز القنوات	
النسبية 200	المتوسط	الإناث	الذكور	المضائية العراقية على
P%	الحسابي	المتومط المسابي	المتوصط الحسابي	قضایا دون سواها المادات
80	2.4	2.35	2.44	لأمياب سيأمية

س11: العلاقة بين زيادة تفاعل مواقف عينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية بشكل ايجابي مع زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا:

يوضح الحدول رقم (29) أن العلاقة متوسطة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايد التي تتناوله القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية لهذه القضايا، إذ حصلت الإجابة (أحياناً) على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (280) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (151) تكراراً وبنسبة (34٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (129) تكراراً وينسبة (29٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى في هذا السؤال؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (دانياً) أي تأكيد وجود علاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا، وبمجموع (96) تكراراً، إذ بلغت تكرارات المذكور (52) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (44) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما عدم وجود علاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا، فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (أبدأ) بمجموع تكرارات بلغت (68) تكراراً، كان عدد تكرارات الذكور (46) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (22) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن مواقف عينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناوله القنوات الفضائية العراقية تزداد تفاعلاً بشكل متوسط مع زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا والذي يؤكد عدم قناعة المتلقى من عينة الدراسة في محافظة بغداد بها تقدمه القنوات الفضائية العراقية لاسبها في مجال التغطية الإخبارية ويدل على العلاقة السلبة بين المتلقي العراقي وبين القنوات الفضائية العراقية .

جدول رقم (29) يوضح العلاقة بين تفاعل العينة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة النغطية الاعلامية لهذه القضايا

مجسوع	بجموع		JL	المالة بن الأمل الوادم الندوا الى تقارلها الكرات النداعة العراقية		
النسب	التكوارات		الإناث		الذكور	والمداهنية الاحديث المدالة
المثوية		Z.	مندالنكرارات	γ.	عدد التكرارات	
22	96	10	44	12	52	دائياً
63	280	29	129	34	151	أحياناً
15	68	5	22	10	46	ابدة
100	444	44	195	56	249	الجموع

يوضح الجدول رقم (30) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإنت كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (68.8٪).

# جنول رقم (۳۰)

يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة بين تفاعل العينة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وزيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا

الأهمية	عجموع	.اد	يقد	العلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع
النسية	المتوسط	الإناث	الذكور	الغضايا التي تتناومًا القنوات
Р%	الحسابي 19%	المتوسط الحسابي	المتوسط المسابي	الفضائبة المراقية وزيادة التغطية
68.8	2.06	2.11	2.02	الاعلامية غذء الفضايا

س12: مدى أعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم:

يوضح الجدول رقم (31) أن أعلى مجموع تكرارات كأن من حصة اعتباد عينة الدراسة في محافظة بغداد بشكل متوسط على القنوات الفضائبة العراقية في مدبعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم، عن طريق الإجابة (أحياماً)، إذ بلعت (253) تكراراً، كانت حصة الذكور (139) تكراراً وينسبة (31٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (114) تكراراً وبنسبة (26٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (دائياً) أي تأكيد أعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم، وبمجموع تكرارات بعنت (107) تكرار، إذ بلغت تكرارات الذكور (58) تكراراً وبنسبة (13٪)، أب تكرارات الإناث نقد بلغت (49) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ وجاء في المرتبة الثالثة عدم أعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم عن طريق الإجابة (أبداً)، بمجموع (84) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (52) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (32) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ والنتائج اعلاه تبين أن عينة الدراسة تعتمد بشكل متوسط على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم عن طريق الإجابة (إلى حدم) وهذا يؤكد أبتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المُشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي وهذا يؤشر وجود علاقة سلبية بين الفرد العراقي وقنواته الفضائية الني من المفترص ان تكون قريبة منه ومن همومه ومشاكله وتشاركه فيها بتسليط الضوء عليه وايصالها إلى مركز صناعة القرار في الحكومة العراقية.

جدول رقم (31) يوضح مدى اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم

مجنوع	مجموع		.اد	مدى اعمل المؤاعلي		
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		الراد المناوا الرابا أي عابا
المثوية		χ.	عدد	7.	عند	الأطانات استة بملتم رستنام
			التكرارات		التكوارات	
24	107	11	49	13	58	دائياً
57	253	26	114	31	139	أحياناً
19	84	7	32	12	52	أبدأ
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (32) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (68.4٪).

جدول رقم (32) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ اعتباد العينة على القنوات الفضائية العراقية في متبعة النسبية (الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم

الأهية	مجموع	داد	يثا	مذى اعتباد حيثة اللزاسة على
النسية	المترسط	فور الإثاث المتوصط		القنوات الفضائية العراقية في
Р%	الحسابي	التوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	مثابعة الأحداث ذات الصلة د
68.4	2.05	2.09	2.02	بحياتهم ومستظبلهم

س13: مدى مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (33) أن عدد المشاركين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في محافظة بغداد حصلت على أعلى مجموع تكرارات، إذ بلغ جموع التكرارات لكِلا الجنسين التي أجابت بـ (نعم) من عينة الدراسة (304) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (177) تكراراً وينسبة (40٪)، وبلغت حصة الإنث منها (127) تكراراً وينسبة (29٪)؛ أما غير المشاركين في إنتخابت مجالس المحافظات والتي أجابت بـ (كلا)، فقد بلغ مجموع التكرارات (140) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (72) تكراراً وبنسبة (16٪)، وحصة الإناث منها (68) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ والتنائج أعلاه توضح أن أعداد المشاركين في إنتخابت مجالس المحافظات العراقية من المؤهلين للانتخاب من عينة الدراسة في محافظة بغداد كانت أكثر وبفرق كبير عن أعداد غير المشاركين فيها، وهذا يصب في خدمة أهذاف دراستن هذه وتحقيق نتائجها المرجوة منها.

جدول رقم (33) يوضح مدى مشاركة العينة من محافظة بغداد في انتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		اد	مدى مشاركة حيثة المدراسة		
النسب	التكرارات	الإناث		الذكور		من محافظة بغداد في إنتخابات
المثوية		7.	ملد	7.	عددالنكرارات	مجالس المحافظات العراقية
			التكولوات			
69	304	29	127	40	177	تعم
31	140	15	68	16	72	צע
100	444	44	195	56	249	الجموع

يوضح الجدول رقم (34) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (83.5٪).

جدول رقم (34) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى مشاركة العينة من محافظة بغداد في انتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهية	مجموع	ساد	پشا	مدى مشاركة حينة الدراسة
النسية	المتوسط	الإناث	الذكور	من محافظة بغداد في إنتخابات
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	الموسط الحسابي	مجالس المحافظات العراقية
83.5	1.67	1.65	1.71	

س14: أسباب عدم للشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (35) أن أسباب عدم مشاركة عبنة الدراسة لمحافظة بغداد في المتخبات مجالس المحافظات المراقبة تمثلت في المرتبة الأولى بسبب إعتقدهم بأن الانتخابات (لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (71) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (33) تكراراً وبنسبة (21٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (38) تكراراً وبنسبة (42٪)؛ بعدها جاء وفي المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن الانتخابات (ليست عملية ديمقراطية)، بمجموع (55) تكراراً، جاء عدد التكرارات للذكور والإناث فيها متساوي والتي بلغت بمجموع (56) تكراراً لكل منها وبنسبة (18٪) لكلا الجنسين؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجبة الاقتراع، وبلع مجموع المتكرارات (16) تكرارات كرارات وبنسية (18٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة والاحيرة الإجابة عينة الدراسة بعدم وجود أسم الناخب في مركز وبنسية (7٪)، وحصة الإناث منها بلغت (6) تكرارات وبنسية (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة والاحيرة الإجابة (عدم تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات) بمجموع (13) تكرارات الذكور منها (10) تكرارات الإبلغ عدد تكرارات الذكور (6) تكرارات وينسبة (4٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بعنت (7) تكرارات الذكور (6) تكرارات وينسبة (18٪)، أما عدد تكرارات الإبلام على الانتخابات) بمجموع (13) تقدر بدغت (7) تكرارات الذكور (6) تكرارات وينسبة (18٪)، أما عدد تكرارات الإبلام على الانتخابات) بمجموع (13) تقدر بدغت (7) تكرارات وينسبة (18٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن السبب المباشر لعدم

مشاركة عينة الدراسة من محافظة بغداد في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثل في الإعتقاد بأنها لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني، وجاء سبب عدم تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات في المرتبة الرابعة والأخيرة، وهذا يؤكد أن دور وسائل الإعلام كان هامشياً في التحفيز والتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بما يؤكد أبتعاد الفنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة البومية للفرد العراقي وأهتهاماته في مختلف المجالات.

جدول رقم (35) يوضح أسباب عدم مشاركة هيئة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين لم يشاركوا فيها

عبوع	مجموع		. اد	امباب هم شار کا الباد المعدد الماداد		
النسب	التكرارا		الإتك		الذكور	في الاخفاث مجان المعانفات من الذين أم وشار كوا فيها
المثوية	ij	7.	عدد النكرارات	7.	عدد التكرارات	
8	13	4	7	4	6	عدم تركيز وسائل الإعلام حلى الانتخابات
36	56	18	28	18	28	لأنها ليست عملية ديمقراطية
45	71	24	38	21	33	اللها لا عنهم في الفطلول الدولدي والأنتي في المراق
11	16	4	6	7	10	أخرى تذكر (علم وجود اسم الناخب)
100	156	50	79	50	77	الجموع

يوضح الجدول رقم (36) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (60.58٪).

جدول رقم (36) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب عدم مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من اللين لم يشاركوا فيها

الأهمية	مجموع	اد	لغر	أسباب عدم مشاركة حيثة		
التسبية 2007	المتوسط	الإناث	الذكور	الدراسة في إنتخابات مجالس		
P%	اغساي	التوسط المسابي	للتوسط الحساب	المحافظات من الذين لم		
60.58	2.42	2.46	2.39	يشاركوا فيها		

## س15: أسباب المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (37) أن أمباب مشاركة عينة الدراسة لمحافظة بغداد في المنخبات مجالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الاولى بسبب إعتقادهم أن (الانتخابات خطوة في طريق تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (207) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (118) تكراراً وبنسبة (36٪)، وحصة الإناث منها (89) تكراراً وبنسبة (27٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في المشاركة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان لإعتقادهم بكونها (عملية ديمقراطية) وجاءت بمجموع (105) تكرارا وبنسبة (10٪)، أما عدد تكرارات الذكور (65) تكراراً وبنسبة (21٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (18) تكراراً وبنسبة (4٪)، أما تكرارات الذكور (13) تكراراً وبنسبة (4٪)، أما تكرارات الذكور (13) تكراراً وبنسبة (4٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات ونسبة (1٪)؛ ولم يتم تسجيل أي إجابة للمتغير (أخرى تذكر) ضمن عينة تكرارات ونسبة (1٪)؛ ولم يتم تسجيل أي إجابة للمتغير (أخرى تذكر) ضمن عينة الدراسة في عافظة بغداد؛ والتنائج أعلاه تؤكد ضعف الدور الذي قمت به وسائل الإعلام العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية في التعريف والتحقيز على المشاركة الإعلام العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية في التعريف والتحقيز على المشاركة الإعلام العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية في التعريف والتحقيز على المشاركة الإعلام العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية في التعريف والتحقيز على المشاركة

بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، في حين كان السبب الرئيس لمشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في إعتقادهم بأنها خطوة في طريق الإستقرار السياسي والأمني في العراق، مما يؤكد أبتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي وأهتهاماته وضعف دوره في تحقيق تعبئة وصناعة الرأي العام في العراق.

جدول رقم (37) يوضح أسباب مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها

جموع النسب	مجموع النكرارات		ناد الإتاث	بند	الذكور	أسباب مضاركة العينة في إعطابات عبلس الحلامات من الإين
المثوية		1/2	طد التكرازات	X	خلد التكرارات	هارکو دیا
5	18	1	5	4	13	تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات
32	105	12	40	20	65	لأمها حملية ديمقراطية
63	207	27	89	36	118	الناعلوا أوطرق الكنار المهام والكنواء الراق
100	330	40	134	60	196	للجموع

يوضح الجدول رقم (38) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (60.68٪).

جدول رقم (38) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات يجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها

الأمية	مجبوع	ناد	4	
السبية	المتوسط	الإناث	الذكور	أسباب مشاركة عينة الاداسة في
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	إنتخابات بجالس للحافظات من اللين
60 68	2.48	2.37	2.46	شاركوا فيها

س16: مدى إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة بأستمرار في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (39) أن القناة الفضائية العراقية الني تابعتها عينة الدراسة أسهمت بشكل متوسط في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق الإجابة (أسهمت إلى حد ما)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغ (205) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (111) تكراراً وبنسبة (25٪)، وبلغت حصة الإناث منها (94) تكراراً وينسبة (21٪)، ويذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت)، بمجموع (163) تكراراً، بلغ عدد تكرارات اللكور (95) تكراراً وبنسبة (21٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد يلغت (68) تكراراً وينسبة (15٪)؛ أما عدم إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (لرتسهم)، بمجموع (76) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (43) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (33) تكراراً وبنسبة (8٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان متوسطاً، وبالمقابل كان إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعها المبحوث ضمن عينة الدراسة حصل على عدد تكرارات لابأس يه والذي يبين أن القنوات الفضائية أسهمت يجزء بسيط في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية.

جدول رقم (39) يوضح مدى إسهام القناة الفضائية التي نابعتها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		د	عن إمهام 120 الشناية التي		
النسب	ألتكر أرات	الإتاث		الذكور		تَبِحُهَا لَجِهُ فَي الدريان بِالتَّمَالِكَ مِنْ الْمُطَلِّكُ الْمِرَافِةِ بِالتَّمَالِكُ مِنْ الْمُطَلِّكُ الْمِرْفِةِ
المئوية		7.	ماد	حدد التكوارات ٪		,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,
			التكرارات			
36	163	15	68	21	95	أسهمت
46	205	21	94	25	111	أسهمت إلى حدما
18	76	8	33	10	43	لم تسهم
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (40) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (73.20٪).

جدول رقم (40) يوضح مجموع الموسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لماري إسهام القناة الفضائية التي تابعتها حينة المدراسة في التعريف بإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

الأحمية	مجموع	باد	يفا	مدى إسهام النّناة المُضائية التي تابطها حينة البحث
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	في الاحريف بالتغابات
P%	الحسابي	المتوصط الحسابي	المتوسط الحسابي	مجلس المعافظات العراقية
73.20	2.2	2.18	2.21	

س17: مدى مقارئة المعلومات التي تم تلقيها من المقنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية مع للعلومات التي تقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه:

يوصح الجدول رقم (41) أن عينة الدراسة في محافظة بغداد تلقت المعلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والنبي نقلتها القنوات الفضائية العراقية (إلى حدماً) كها هي دون أن تقارنها مع المعلومات التي نقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه، وجاءت النتائج لتظهر أن عينة الدراسة أجابت بالإجابة (أحياناً) بأعلىٰ مجموع من التكرارات لكِلا الجنسين بلغت (206) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (138) تكراراً وينسبة (31٪)، وبلغت حصة الإناث منها (122) تكراراً وينسبة (27٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأونى؛ وجاءت في المرتبة الثانية قيام عينة الدراسة في محافظة بغداد بمقارنة المعلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية التي نقلته القنوات الفضائية العراقية مع المعلومات التي نقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه، عن طريق الإجابة (أبداً)، بمجموع (105) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (60) تكراراً وبنسبة (14٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (45) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (دائماً) أي تأكيد عدم مقارنة ما نقلته القنوات الفضائية العراقية من معلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية مع ما نقلته الفنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه وبمجموع تكرارات بلغ (79) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (51) تكراراً وينسة (12٪)، وحصة الإناث منها (28) تكراراً وينسبة (6٪)؛ والنتائج أعلاه تبين أن عينة الدراسة لا تثق بها تقدمه القنوات الفضائية العراقية من معلومات عن الأحداث المحلية التي تحدث داخل العراق على غرار إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بما جعل المشاهد العراقي يقارن ويتأكد من صدقية ما يتم نقله عن هذه الأحداث مع ما نقلته القنوات

الفضائية غير العراقية، والذي يؤشر وجود علاقة سلبية بين القنوات الفصائية العراقية والمشاهد العراقية عرب العراقية والمشاهد العراقي من حيث أنعدام الصدقية والثقة بها تقدمه هذه المقنوات من برامج ومعلومات

جدول رقم (41) بوضح مدى تلقي عينة الدراسة للمعلومات الني نقلتها لهم القنوات الفضائية العراقية دون مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين

مجموع	مجموع		.اد	پٽا		مدى تقى الحزة المطومات التي تقنيا ليم الكرام الدين المراد من الرحوا	
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		التراث النبائية دون متاركها مع التراث النبائية غير الحراقية عن حث محن	
المتوية		7.	علد	عدد ٪		a 0 15-a-13-0	
			التكرارات		التكوارات		
18	79	6	28	12	51	دائياً	
58	206	27	122	31	138	أحياناً	
24	105	10	45	14	60	أبدة	
100	444	43	195	57	249	الجموع	

يوضح الجدول رقم (42) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (64.71). جدول رقم (42) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى تلقي هيئة الدراسة للمعلومات التي نقلتها هم القنوات الفضائية العراقية دون مقارئتها مع القنوات الفضائية ضر حدث معين

الأهمية	مجموع	.kc	يقا	مدى تلقي حينة المدراسة
النسبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	للمعلومات التي نقلتها لهم
Р%	اخان P%	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	القنوات الفضائية المراقية دون
64.71	1.94	1.91	1.96	مقارنتها مع القنوات الفضائية غير المراقية عن حنث معين

س18: مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها حينة الدراسة بأستمرار في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (43) أن القناة الفضائية العراقية التي تأبعتها عينة الدراسة (أسهمت) في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصدت على أعلى مجموع من التكرارات بلغ (168) تكراراً، كان عدد تكرارات الذكور منها (89) تكراراً وبنسبة (20٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (79) تكراراً وبنسبة (18٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت إلى حدما) بمجموع (149) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (90) تكراراً وبنسبة (20٪)، وحصة الإناث منها (59) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ أما عدم إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (لر تسهم) بمجموع (127) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (70) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (57) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجلس المحافظات العراقية كان كبيراً جداً، وهذا يدل على ان دور القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية كان كبيراً وفعالاً بالمقارنة مع دورها في التعريف بهذه الانتخابات والذي يؤشر اهتهام القنوات الفضائية العراقية بعملية التحفيز دون الاهتهام بعملية تعريف وتثقيف المشاهد العراقي بهذه العملية الديمقراطية ومدئ الفائدة المتحققة منها خصوصاً أنها تجربة جديدة تم تطبيقها في المجتمع العرافي حديثاً.

جدول رقم (43) يوضح مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		اد	پقة	:	مدى إسهام القناة الفضائية
النسب	التكرارات	الإثاث		الذكور		التي تابعتها عينة الدراسة في
المئوية		7.	علد التكرارات	7.	حدد التكرارات	التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية
38	168	18	79	20	89	أسهمت
33	149	13	59	20	90	أسهمت إلى حدما
29	127	13	57	16	70	لم تسهم
100	444	44	195	56	249	المجموع

يوضح الجدول رقم (44) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (69.74).

جدول رقم (44) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها العينة في التحفيز على المشاركة في

انتخابات عبالس المحافظات المراقية

الأمية	عجموع	.اد	يقا	مدى إسهام القناة الفضائية التي
السبية	التوسط	الإناث	الذكور	ثابعتها عينة الدراسة في التحفيز
Р%	الحسابي	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	على المشاركة في إنتخابات مجالس السائلات السائلة
69.74	2.09	2.11	2.08	المحافظات العراقية

س19: مدى تأثر موقف عيئة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية:

يوصح الجدول رقم (45) أن عينة الدراسة لريتأثر موقفها من إسخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية وجاءت هذه الإجابة (كلا) في المرتبة الأولى بمجموع (197) تكواراً، بلغ عند تكرارات الذكور (119) تكراراً وبنسبة (26٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (78) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي وجود تأثر متوسط بموقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية بمجموع تكرارات بلغت (146) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (82) تكراراً وبنسبة (18٪)، وحصة الإناث منها (64) تكراراً وبنسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي وجود تأثر في موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية عنها، وبمجموع تكرارات بلغ (111) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (58) تكراراً وبنسبة (13٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (53) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة بغداد لريتأثر موقفها من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية عن هذه الانتخابات، وهذا يؤشر أنعدام وجود تأثير للقنوات الفضائية العراقية في القضايا العامة التي تمس حياة الفرد العراقي والذي يؤشر ايضاً عدم أمكانية الأعتباد على هذه القنوات الفضائية في تعبئة وصناعة رأي عام موحد تجاء القضايا العامة في العراق .

# جدول رقم (45) يوضح مدى تأثر موقف عينة المدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قلعته القنوات القضائية العراقية

مجموع	مجموع		اد	يڅا		مدی کافر موقف	
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		عينة الدراسة من إنتخابات	
المئتوية		7.	علد	علد ٪		مبالس المافنات المراقية	
			النكرارات		التكرارات		
25	111	12	53	13	58	تعم	
32	146	14	64	18	82	إتى حد ما	
43	197	17	78	26	119	214	
100	444	43	195	57	249	الجمرع	

يوضح الجدول رقم (46) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (60.35٪).

جدول رقم (46) يوضح بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى تأثر موقف العينة من إنتخابات بجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية

الأمية	مجموخ	.اد	بم	مدى تأثر موقف حينة الدراسة من
النسية	الإثاث المتوسط		الذكور	إثنخابات مجالس للحافظات
P%	الحسابي %P	المتومط الحسابي	للتوسط الحسابي	العراقية بها قدمته القنوات
60.35	1.81	1.87	1.76	الفضائية العراقية

س20: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المنداركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الحدول رقم (47) أن إسهام القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية حصلت على أعلى مجموع تكرارات، من الإجابة (نعم)، إذ بلغت (258) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (139) تكراراً وبنسبة (31٪)، وبلغت حصة الإناث منها (119) تكراراً وبنسبة (27٪)؛ أما عدم إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة في محافظة بغداد على المشاركة في إنتخبات مجالس المحافظات العراقية والتي أجابت بـ (كلا)، فقد جاء في المرتبة الثانية بمجموع (186) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (110) تكراراً وبنسبة (25٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (76) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ وتبين التنائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل كبير في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية، والذي يؤكد نتائج الإستبانة في السؤال رقم (19) والذي عافظة بغداد في التحقيز على المشاركة في إنتخابات عالى المحافظات العراقية.

جدول رقم (47) بوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز حينة الدراسة على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

بجسوع	لجموع		k	مدى إسهام الغنوات المضائية		
السب المتوية	التكرارات	الإنك		الككور		العرائية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في إنتخابات عبالس
-3,5"	l r		عدد التكرارات	عددالتكرارات 1.		المحافظات العراقية
58	258	27	119	31	139	نعم
42	186	17	76	25	110	צע
100	444	44	195	56	249	المحموح

يوضح الجدول رقم (48) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (79٪).

#### جدراً، رقم (44) ورضع مجموع الرسط المسلمي العرجج (الموزون) والأعدية الصورة (الوزن الداوي) أمدى إسهام الكوات التضائية العراقية في تحقيز الجنة على المشاركة في إنتفارات مجالس المعالقات العراقية

الأمية	مجنوع	اد	يقد	مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية
السبية 2004	المتوسط	الإتاث	الذكور	في تحقيز حينة الدراسة على المشاركة في
F76	الحسابي P%	المتوصط الحساب	المتوسط الحسان	إنتخابات مجالس المحافظات المراقية
79	1.58	1.61	1.56	

س21: مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (49) أن (التلفاز) جاء في المرتبة الأولى بين مصدر المعلومات التي أعتمدتها عنة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقبة، إذ حصل على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (259) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (139) تكراراً وبنسبة (15٪)، وحصة الإناث منها (120) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ جاء بعده في المرتبة الثانية (الملصقات الانتخابية) كمصادر للمعلومات أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، بمجموع (187) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (94) تكراراً وينسبة (10٪) أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (93) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما المرتبة الثائلة فكنت من حصة (الأهل والأصدقاء) بمجموع تكرارات بلغت (186) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (97)؛ فيها أحتلت (الصحف) المرتبة الرابعة بين مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (103) الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (103) تكراراً وبنسبة (6٪)؛ أما (الإذاعة) فقد جاءت في المرتبة الخاصة بين مصادر المعافسة المعافسة بين مصادر المعافسة بين المعافسة بين المعافسة بينائسة بيناؤسة بيناؤسة بيناؤسة بيناؤسة بيناؤسة بيناؤسة بيناؤسة ب

المعلومات بمجموع تكرارات بلغت مائة وتكراراً واحداً، بلغ عدد تكرارات الذكور (51) تكراراً وبنسبة (57)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (50) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ فيها جاء (الانترنت) في المرتبة السادسة بين مصادر المعلومات بمجموع تكرارات بلغت (73) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (43) تكراراً وبنسبة (5٪) وحصة الإناث منها (30) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ ولر يذكر (44) مبحوثاً أي من مصادر المعلومات أعلاه وجاءت في المرتبة السابعة بلغت حصة الذكور منها (23) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ وحصة الإنث منها (21) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ في حين أريتم تسجيل أي تكرار لملمنغير (أخرى تذكر)؛ والنتائج أعلاه تؤكد الدور المؤثر للتلفاز في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية واعتبره المصدر الرئيس للمعلومات الذي أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشحين لانتخابات مجالس المحافظات العراقية واعتبره المصدر الرئيس للمعلومات الذي أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشحين المتخابات مجالس المحافظات العراقية .

## جدول رقم (49) يوضح مصادر المعلومات التي أعتملتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

مجسوع	مجموع		باد		مصادر المعلومات التي	
السب	التكوارات		الإناث		الذكور	أعتملها حيثة الدراسة في
المتوية		7.	مندالتكرارات	7.	عدد النكرارات	إختيار المرشحين لإنتخابات عجالس المحافظات المراقية
11	103	5	46	6	57	الصحف
10	101	5	50	5	51	الأناعة
27	259	12	120	15	139	التلفاز
8	73	3	30	5	43	الأنترنت
20	187	10	93	10	94	الملصقات الانتخابية
20	186	9	83	11	103	الأهل والأصدقاء
4	44	2	21	2	23	لا پوجد
-	-	1	-	-	-	أخوى تذكر
100	953	46	443	54	510	الجبرع

يوضح الجدول رقم (50) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختيار البالغ (4) وينسبة اتفاق بلغت (63٪).

جدرل رقم (٥٠) يرضح مجموع الرسط المسأبي المرجح (الموزون) والأصوة النمية (الوزن المتوي) المسادر المطرمات التي أحددتها المينة في المتوثر المرشمين لإنتفايات مجالس المعافظات المرافية

الأعمية	مجموع	sl.	يغا	مصادر المعلومات التي أعتمدتها
النبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	عينة الدراسة في إختيار
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	المرشحين لإنتخابات مجالس
63	4.41	4.41	4.41	المحاقظات العراقية

س22: مدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (51) أن هناك اتفاقاً متوسطاً عن طريق الإجابة (إلى حد ما) بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قلعتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (247) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (142) تكراراً وبنسبة (32٪)، وحصة الإناث منها بلغت (105) تكرارات وينسبة (24٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (كلا) أي عدم وجود انفاق بين آراء عينة الدراسة والأراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (127) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (69) تكراراً وينسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (58) تكراراً وينسبة (13٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي وجود اتفاق بين آراء عينة الدراسة والأراء التي قدمتها القنوات الفضائية الحراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبمجموع تكرارات بلغت (70) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (37) تكراراً وبنسبة (8٪)، وحصة الإناث منها (33) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ والتتاثيج أعلاه توضح أن أغلب عبنة الدراسة في محافظة بغداد يتفق في آراته بشكل متوسط مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية وذلك يؤشر وجود تقارب في الآراء بين ما تقدمه هذه القنوات الفضائية وبين آراء المشاهد العراقي.

جدول رقم (51) يوضح مدى انفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قدمتها القنوات الفصائية العراقية عن إنتخابات عمائس المحافظات العراقية

محموع	عجموع		.le	بغد	منى اللق أراء هية الراسة	
النسب	التكرارات		الإثاث		الذكور	م الأراء الى تعنها المنطيات الدراية
المئوية		X	عدد	عند ٪ عن		من إعطات جلس الملتات الراية
			التكرارات		التكرارات	
15	70	7	33	8	37	تعم
56	247	24	105	32	142	إلى حد ما
29	127	13	58	16	69	צצ
100	444	44	196	56	248	المجموع

يوضح الجدول رقم (52) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اكبر من معيار الإختبار البالغ (1.5) وبنسبة اتفاق بلغت (62.39٪). جنول رقم (52) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأممية	مجموع	الد	بثا	مدى اتفاق آراء حينة الدراسة مع
النسبة	المتوسط	الإناث	الذكور	الآراء التي قدمتها القنوات
Р%	المسابي 19%	التوسط الحسابي	الخوسط الحسابي	الفضائية العراقية من إنتخابات
62.39	1.87	1.87	1.87	مجالس المحافظات العراقية

س23: الأسباب التي جملت عينة الدراسة تتفق مع الآراء والقضايا التي قدمتها لك القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (53) أن أسباب اتفاق آراء عينة الدرامة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت في المرتبة الأولى بسبب كونها (قريبة من واقع الانتخابات في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (204) تكرار، كانت حصة الذكور منها (114) تكراراً وبنسبة (21٪)، أما حصة الإناث منها فقد بلغت (90) تكراراً وبنسبة (16٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في اتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان لأب (قريبة من آرائهم) وبمجموع تكرارات بلغت (146) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (93) تكراراً وبنسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (53) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع (127) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور منها (69) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (58) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (لأنني لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع (74) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (44) تكراراً وبنسبة (8٪) وحصة الإناث منها (30) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ النتائج أعلاه تؤكد على أن السبب الرئيس لاتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها قريبة من واقع هذه الانتخابات لكونها قنوات فصائية عراقية والعملين فيها من كوادر عراقية ما يجعلها قربية من الواقع العراقي وتتفهم أحنياجات الفرد العراقي

جدول رقم (53) يوضح أسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس للحافظات العراقية

مجموع	عبوع		le	بقدا		أسباب اتفاق آزاء المعيتة مع
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	الأزاء التي تقلعها
المثوية		7.	عندالتكرارات	7.	حدد التكرارات	العضائيات العراقية عن إنتبخابات بجالس المسافظات العراقية
27	146	10	53	17	93	قريبة من آراتي
37	204	16	90	21	114	قريبة من واقع الانتخابات إلى العراق
13	74	5	30	8	44	لأثني لا أمثلك فكرة سابقة عن الموضوع
23	127	11	58	12	69	تسهم بزيادة معلوما <i>ي عن</i> الانتخابات
100	551	42	231	58	320	الجموع

يوضح الجدول رقم (54) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الدكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (66.74). جدول رقم (54) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن النوي) لأسباب اتفاق آراء هيئة الدراسة مع الآراء التي تقدمها الفتوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس

للحافظات العراقية

الأهية	عجموع	اد	يغا	أسباب اتفاق آراء العينة مع
الثنبية 200	الإثاث المتوسط		الذكور	الأراء التي تقدمها الفضائيات
P%	الحسابي P%	للتومط الحساي	التومط الحسابي	العراقية عن إنتخابات مجانس
66.74	2,67	2.60	2.72	المحافظات العراقية

س24: الأسباب التي جملت عينة الدراسة لا تتفق مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (55) أن أسباب عدم اتفاق آراء عبتة الدراسة مع الآراء التي تقلمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الأولى بكونها (ليست قريبة من آرائي)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (73) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (40) تكراراً وبنسبة (18٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (33) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في عدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمه القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان الأنها (ليست قريبة من واقع الانتخابات في العراق) وجاءت بمجموع (69) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (37) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (32) تكراراً وينسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (لا تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (44) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (24) تكراراً وينسبة (11٪) وحصة الإناث منها (20) تكراراً وينسبة (9٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (لأنني أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع (37) نكراراً، بلغت تكرارات الذكور (24) تكراراً وبنسبة (11٪)، أما تكوارات الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وينسبة (6٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن السبب الرئيس لعدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقلمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها ليست قريبة من آراء عينة الدراسة رغم كونها قنوات فضائية عراقية.

جدول رئم (55) يوضح أسباب عدم اتفاق آراء عينة المدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجبوع		ىلد	ية		أسباب عدم اتفاق آراء
التسب	التكرارا		الإناث		الذكور	العيسة مع الآزاء التي تقدمها
المثوية	ţ	7.	عدد التكرارات	7.	عدد التكوارات	الفضائيات العراقية عن إنتخابات بجالس المحافظات العراقية
33	73	15	33	18	40	ليست قريبة من آرائي
30	69	14	32	16	37	لبست قريبة من واقع الانتخابات في المراق
17	37	6	15	11	24	لأنني أمثلك فكرة سابقة عن الموضوع
20	44	9	20	11	24	لا تسهم بزيادة معلوماتي عن الائتخابات
100	223	44	100	56	125	المجموع

يوضح الجدول رقم (56) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2.5) وبنسبة اتفاق بلغت (69.17).

جدول رقم (56) يوضح بحموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لأسباب عدم اتفاق آراء العينة مع الآراء الني تقدمها الفضائيات النسبية (الوزن المثري) لأسباب عن إنتخابات بجالس المحافظات المراقية

الأهية	بجموع	لااد	بقا	أسباب حدم اتفاق آداء	
النسية	الإناث المتوسط		. الذكور	العينة مع الآواء التي تقلعها	
121%	الحسابي P%	التوسط المسايي	المتوسط الحسابي	الفضائيات العراقية هن	
69.17	2.77	2.78	2.74	إنتخابات مجالس المحافظات العراقية	

س25: تقييم عينة الدراسة للتقطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية في القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (57) أن تقييم عينة الدراسة في محافظة بغداد للتغطية الإعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية والحاصة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة إلى حد ما)، إذ حصلت على المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (250) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (137) تكراراً وينسبة (31٪)، أم حصة الإناث فقد بلغت (115) تكراراً وينسبة (26٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الدنية الإجابة (شملة) والتي وجدت فيها عينة المدراسة أن التغطية الإعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة) بمحموع تكرارات الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وينسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من تكرارات الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وينسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (غير شاملة)، بمجموع (79) عمراراً وينسبة (11٪)، أما تكرارات الإناث الإناث فقد المحافظات العراقية كانت (غير شاملة)، بمجموع (79)

بلغت (29) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة بغداد وجدت أن التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة إلى حدما) وهذا يؤشر خللاً في آلية عمل القنوات الفضائية في قضية تعد أحدى أهم قضايا الرأي العام والتي تمهد لبناء المستقبل في العراق وفي المجالات كافة.

جدول رقم (57) يوضح تقييم عينة الدراسة للتغطية الاهلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		<b>داد</b>	بخ		تقييم العينة للتغطية الأحلامية
النسب	التكرارات	2	ועטכ	الذكور		التي قدمتها الفضائيات المراقية
المثوية		7.	ملد	Z	ملد	لإنتخابات مجالس المحافظات
			التكوارات		التكرارات	العراقية
25	113	11	51	14	62	شاملة
57	252	26	115	31	137	شاملة إلى حد ما
18	79	7	29	11	50	هير شاملة
100	444	44	194	56	248	المجموع

يوضح الجدول رقم (58) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار؛ بينها كان متوسط الذكور مساوياً لمعيار الإختبار البائغ (2.5) وبنسبة اتفاق بلغت (69.23٪).

جدول رقم (58) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لتقييم عينة الدراسة فلتغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهمية	مجموع	ناد.	بغا	تقييم عينة الدراسة للتغطية
النسبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	الأعلامية التي قدمتها
Ρ%	P% ,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	المتوسط الحسابي	المتوصط الحسابي	المقنوات الفضائية المراقية
69.23	2.08	2.11	2.05	لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

س26: مدى حدوث مناقشات داخل عوائل هيئة الدراسة عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من خلال متابعتهم للتغطية الإعلامية الخاصة بها:

يوضح الجدول رقم (59) أن التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية قد سببت حدوث نقاش داخل عوائل عينة الدراسة، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (259) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور منها (150) تكراراً وبنسبة (150) تكراراً وبنسبة (25٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي حدوث نقاشي بشكل متوسط داخل عوائل عينة الدراسة بسبب ما قدمته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحفظات العراقية بمجموع (111) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (56) تكراراً وبنسبة (11٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (55) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم وجود تأثير للتغطية الإعلامية التي قدمته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في حدوث نقاش الغنوات الفضائية الدراسة وبمجموع (74) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (48) تكراراً وبنسبة (11٪)، أما تكراراً وبنسبة (26٪)؛

والنتائج اعلاه توضح أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة بغداد قد تأثرت بها قدمته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية صواء بشكل سلبي أو ابجابي مما أدى إلى حدوث مقاشات داخل عوائل عينة الدراسة .

جدول رقم (59) يوضح مدى حدوث نقاش داخل حوائل حيثة الدراسة عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من خلال متابعتهم للتغطية الإعلامية الخاصة بها

مجموع	مجموع		داد	لئر	مدى حدوث نقاش بين حينة	
النسب	التكرارات	,	الذكور الإناث		الذكور	المدراسة وأسرهم بناء على متابعة
المثوية		7.	عدد	7.	حدد	التفطية الاهلامية لإنتخابات
			التكرادات		التكواوات	مجالس المحافظات المراقية
58	259	24	109	34	150	ثعم
25	111	12	55	13	56	إلى حد ما
17	74	6	26	11	48	215
100	444	42	190	58	254	المجموع

يوضح الجدول رقم (60) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (80.28٪).

جدول رقم (60) بوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المثوي) لملاى حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس للحافظات المراقية

الأعمية	مجموع المتوسط	يقاداد		مدى حدوث نقاش بين المعينة
النسبية		الإناث		وأسرهم بناءعل متابعة التغطية
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط المسابي	الإعلامية لإنتخابات مجالس
80.28	2.41	2.43	2.40	المحافظات العراقية

س27: مدى أعتهاد معلومات ومتاقشات حيثة الدراسة عن المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (61) أن عينة اللبراسة أعتمدت (إلى حدما) في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، إذ حصلت الإجابة (إلى حد ماً) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (204) تكراراً وجاءت في المرتبة الأولى، بلغ عدد تكرارات الذكور (108) تكراراً وبنسبة (24٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (96) تكراراً وبنسبة (22٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي أن عينة الدراسة أعتمدت في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية بمجموع تكرارات بلغت (120) تكراراً، كأنت حصة الذكور منها (65) تكراراً ربنسية (15٪)، وحصة الإناث منها (55) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم أعتباد عينة الدراسة في معلوماتها ومدقشات عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، بمجموع (118) تكواراً، بلغت تكوارات الذكور (74) تكواراً وينسبة (17٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (44) تكراراً وينسبة (10٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن أغلبية عينة الدراسة قد أعتمدت بشكل متوسط في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية وهذا يدل على الدور الايجابي للقنوات الفضائية العراقية في هذه الانتخابات .

جدول رقم (61) يوضح مدى اعتباد هيئة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن للشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية

مجسوع	مجموع		اد	پڤلا	مدى اعتياد العينة في	
النسب	التكرارات		الإثاث	الذكور		مناقشاتها ومعلوماتها عن
المثوية		T.	عدد	مدد ٪		المشاركة في إنتخابات بجالس
			التكوارات		التكرارات	المحافظات المراقية بها
						عرضته القضائيات العراقية
27	120	12	55	15	65	تميم
46	204	22	96	24	108	إلى حد ما
27	118	10	44	17	74	715
100	444	44	195	56	258	الجموع

يوضح الجدول رقم (62) أن المتوسط الحسابي العام كان مساوياً لمعيار الإختبار، بينها كان متوسط الذكور اقل من معيار الإختبار، وكان متوسط الإناث أكبر من معيار الإختبار البالغ (2)، وبنسبة اتفاق بلغت (66.82٪).

جدول رقم (62) يوضح جموع الوسط الحسابي للرجح (للوزون) والأثمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى اعتباد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها حن المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات المواقبة بها حرضته القنوات القضائية العراقبة

الأهمية	مجموع	داد	يڤا	مدى اعتباد العينة في مناقشاتها
النــية معمد	المتوسط	الإتاث	الذكور	ومعلوماتها عن المشاركة في إنتخابات
P%	الحسابي	المتوصط الحسابي	المتوسط الحسابي	ع الس المحافظات العراقية بما عرضته
66.82	2	2.06	1.96	الفضائيات المراقية

س28: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لمدى عينة الدراسة في أنتخاب مرشح معين:

يوضح الجدول رقم (63) أن القنوات الفضائية العراقية لر تسهم في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (177) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (106) تكراراً وبنسبة (28٪)، وحصة الإناث منها بلغت (71) تكراراً وينسبة (19٪)، وجاءت هذه الإجابة بالمرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فقد كانت من حصة الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في تكوين الفناعة للئ عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين، بمجموع (119) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (61) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (58) تكراراً وينسبة (15٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكنت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين، بمجموع تكرارات بلغ (83) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور منها (38) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما تكرارات الإناث نقد بلغت (45) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ والنتائج اعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لر تسهم في تكوين القناعة لمدئ عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين وأنعدم تأثيرها في هذا المجال بما يدل على فقدان التأثير المطلوب من قبل القنوات الفضائية العراقية في المتلقي العراقي كها أنه في الوقت نفسه يؤشر حالة ايجابية تتمثل في عدم دعوتها لانتخاب جهة معينة والأنحياز إلى جانب فئة معينة.

جدول رقم (63) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدى عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين

مجموع	مجسوع		باد	يثلا	مدى إسهام القتوات	
النب	التكرارات		الإثاث	الذكور		الفضائية العراقية في
المثوية		7.	علد	7.	علد	تكوين القناعة لدى عينة
			النكرارات		التكرارات	الدراسة بانتخاب مرشح
						معرن
22	83	12	45	10	38	تعم
31	119	15	58	16	61	إتى حد ما
47	177	19	71	28	106	<b>&gt;</b>
100	379	46	174	54	205	الجمرع

يوضح الجدول رقم (64) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (58.40٪). جدول رقم (64) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الموزن المتوي) لمدى

إسهام الفنوات الفضائية المراقبة في تكوين القناعة لمدى حينة الدراسة باتتخاب مرشح معين

الأمية	مجموخ	باد	بنا	مدى إسهام الفضائيات
النسية	المتوسط	الإناث	الذكور	المراقية في تكوين القناعة لدي
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	العينة بالتخاب مرشح معين
58.40	1.75	1.85	1.67	

س29: مدى إسهام القنوات القضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الإنتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحاقظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (65) أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ

حصلت الإجابة (إلى حدما) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (194) تكراراً كانت حصة الذكور منها (107) الأولى بمجموع تكراراً وبنسبة (24))؛ أما حصة الإناث منها فقد بلغت (86) تكراراً وبنسبة (20٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع (137) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (70) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث (67) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع تكرارات بلغ (113) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور منها (71) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما تكرارات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات والتعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين دور للقنوات الفضائية العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات والتعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين دور للقنوات الفضائية العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات والتعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين.

جدول رقم (65) مدى إسهام القنوات الفضائية المراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين

عيموع	جيوخ		اد	يغا	مدى إسهام القنوات الفضائية	
النب	التكرارات	الإناث		الذكور		العراقية في التعريف بالبرناميج
للثوية		1.	عددالتكرارات	Z	عدد النكر ارات	الإنتخابي للمرشحين
31	137	15	67	16	70	تعم
44	192	20	87	24	107	إلىحدما
25	113	9	42	16	71	<b>7</b> 15
100	442	44	196	56	248	المجموع

يوضح الجدول رقم (66) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإماث كان أكبر من معيار الإختبار، بينها كان متوسط الذكور مساوياً لمعيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتهاق بلغت (68.48٪).

جدول رقم (66) بوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الإنتخابي للمرشحين

الأمية	مجموع	اد	مدى إسهام	
النسية	المتوسط	الإثاث	الذكور	الفضائيات العراقية في
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	للتوسط الحساب	التعريف بالبرنامج
68.48	2.05	2.13	2	الإنتخابي للمرشحين

س30: الاهتهامات التي أثارها القنوات الفضائية العراقية عن طريق التغطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

أولاً: الدعوة إلى عدم المشاركة في الإنتخابات:

يوضح الجدول رقم (67) أن القنوات الفضائية العراقبة لم تقم بالدعوة إلى علم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت في المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (191) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (120) تكراراً وبنسبة (38٪)، وحصة الإناث منها بلغت (71) تكراراً وبنسبة (23٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قست بشكل متوسط بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (83) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (34) تكراراً وبنسبة (41٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (49) تكراراً وبنسبة (41٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات

العضائية العراقية قامت بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (39) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (25) تكراراً وبنسبة (8٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (14) تكراراً وبسبة (4٪)؛ النتائج اعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لر تقم بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطينها الاعلامية لهذه الانتخابات.

جدول رقم (67) يوضح مدى دهوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية لها

مجموع	عجموع		داد	ية		مدى دعوة القنوات الفضائية العراقية
النسب	النكوارات		الإتاث	الذكور		لعينة الدراسة إلى حدم المشاركة في
المثوية		Z	علد	Z	مدد	إنتخابات مجالس المحافظات العراقية
			التكوارات		النكرارات	حن طريق التغطية الاحلامية لها
12	39	4	14	8	25	لعم
27	83	16	49	11	34	إلى حد ما
61	191	23	71	38	120	צצ
100	313	43	134	57	179	المجموع

يوضح الجدول رقم (68) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (50.48٪).

جدول رقم (68) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الوزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهية	مجموع	داد	پڤا	مدى دحوة القنوات الفضائية
النسبية	التوسط	الإناث	الذكور	العراقية لعينة الدراسة إلى عدم
P%	الحساي	للتوسط الحسابي	التوصط الحساي	المشاركة في إنتخابات مجالس
50.48	1.51	1.57	1.47	المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية غا
				التعطية الأعلامية ها

#### ثانياً: الدعوة والتحفيز على المشاركة في الإنتخابات:

يوضح الجدول رقم (69) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة والتحفيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيثها الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات بلغت الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات بلغت وبنسبة (247) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، بلغت تكرارات الذكور (141) تكراراً وبنسبة (75%)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (106) تكرارات وبنسبة (47%)؛ حاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالدعوة والتحفيز لعينة المواسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عند تكرارات الذكور (47) تكراراً وينسبة (12%)، أما عدد تكرارات الإجابة (24%) أي أن القنوات الفضائية العراقية لم تقم بالدعوة والتحفيز لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الاعلامية الذكار فيها (26) تكراراً وينسبة (73%)؛ والمتائم أعلاء توضح أن الانتخابات، بمجموع تكرارات يلغ (42) تكراراً وينسبة (48%)؛ والمتائم أعلاء توضح أن وبنسبة (78%)، وحصة الإناث (16) تكراراً وينسبة (48%)؛ والمتائم أعلاء توضح أن

القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل فاعل وكبير بالدعوة والتحفيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الاعلامية لهذه الانتخابات.

جدول رقم (69) يوضح ملى دعوة وتحفيز القتوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية لها

مجموع	عجموع		داد	پقا		مدی دعوة وتحفیز
النب	المتكرارات		الإثاث		الذكور	القنوات المفضائية
المثوية		7.	علد	7.	علد	العراقية لعينة الدراسة
			التكرارات		المنكواوات	إلى المشاركة في إنتخابات مجالس
						المحافظات العراقية من
						طريق التغطية الاحلامية
						14
64	247	27	106	37	141	تعم
25	97	13	50	12	47	إلى حد ما
11	42	4	16	7	26	צצ
100	386	44	172	56	214	المجموع

يوضح الجدول رقم (70) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختيار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (75.08٪).

جدول رقم (70) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى دعوة وتحفيز القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية لما

الأهمية	مجموع	باد	يڤا	مدى دحوة وتحفيز القنوات
النسبية	التوسط	الإثاث	الذكور	الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى
P%	الحماي	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	المشاركة في إنتخابات مجالس
75.08	2.25	2.52	2.46	المحافظات العراقية عن طريق التغطية الإعلامية لها

ثالثاً: الدعوة إلى إختيار قائمة مرشحة معينة والتحيز البها بشكل مباشر:

يوضح الجدول رقم (71) أن القنوات الفضائية العراقية لم تقم بدهوة عينة الدراسة في محافظة بغداد الإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها بشكل مباشر عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (130) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور منها (85) تكراراً وبنسبة (26/أ)، وحصة الإناث منها بلغت (45) تكراراً وبنسبة (41/أ)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بدعوة عينة الدراسة إلى إختيار طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (107) تكراراً، بلغت تكرارات الأذكور (49) تكراراً وبنسبة (18/أ)؛ أما تكرارات الإناث فقد بلغت (58) تكراراً وبنسبة (18/أ)؛ أما المراقبة قامت بدعوة عينة الدراسة الإخابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بدعوة عينة الدراسة الإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة المداقبة والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات، بمحموع (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات الدواقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات بمحموع (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات الدواقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية المذها الانتخابات الدواقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية المذها وبنسبة الدواقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية الانتخابات الانتخابات الذائبة عدد تكرارات الذكور (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات المنافقة والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية الانتخابات الفرور (55) تكراراً وبنسبة الانتخابات المنافقة والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغلية العراقية والتحير الوراث القرائبة والتحير الوراث ا

(17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (33) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن الفنوات الفضائية العراقية لر تقُم بالدعوة الإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، وهذا يبعدها عن التحيز في عملها الإعلامي.

جدول رقم (71) بوضح مدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لميئة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس للحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التفطية الاعلامية

مجموع	مجموع		داد	Αų	مدى دحوة الفضائيات المراقية	
النسب	التكرارات		ולָזוּ	الذكور		للعينة لإختيار قائمة معيئة
المثوية		7.	علد التكرارات	7.	عدد التكرارات	مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق النقطية الإعلامية
27	88	10	33	17	55	لعم
33	107	18	58	15	49	إلى حد ما
40	130	14	45	26	85	کلا
100	325	42	136	58	189	المجموع

يوضح الجدول رقم (72) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (62.36٪).

جدول رقم (72) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى دعوة القنوات الفضائية المراقبة لعينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقبة والتحيز اليها مباشرة عن طريق التقطية الاعلامية

الأهمية	مجموع	باد	يقل	مدى دعوة الفضائيات العراقية
النبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	للعينة لإعتيار قائمة معينة مرشحة
Р%	الحساي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	في إنتخابات مجالس المعافظات السائلة المسالم المائلة م
62.36	1.87	1.91	1.84	العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الاعلامية

رابعاً: التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات وبرامج المرشحين:

يوضح الجدول رقم (73) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالتعريف بإنتخابت مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التغطية الإعلامية لما، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة بالمرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (134) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (77) تكراراً وبنسبة (15%)، وحصة الإناث منها بلغت (57) تكراراً وبنسبة (19%)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التغطية الإعلامية لها، بمجموع (127) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (69) تكراراً وبنسبة (19%)؛ أما المرتبة الثائثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لم تقم بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها عن طريق التغطية الاعلامية لها، بمجموع (50) تكراراً وبنسبة (21%)؛ أما المرتبة لها، بمجموع (50) تكراراً وبنسبة (31%)؛ والمتاتج أعلاء توضح أن ألفنوات الفضائية العراقية ولمات بالتعريف عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (11) تكراراً وبنسبة (33)؛ والمتاتج أعلاء توضح أن القنوات الفضائية العراقية والمات بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية والمت بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية والمت بالتعريف بإنتخابات عالس المحافظات العراقية والمت بالتعريف بإنتخابات عالس المحافظات العراقية والمت بالتعريف بإنتخابات عالس المحافظات العراقية والمتح والمتح المتحوات الفضائية العراقية والمتحوات القنوات الفضائية العراقية والمت بالتعريف بإنتخابات عالس المحافظات العراقية والمتحوات الفضائية العراقية والمتحوات القنوات الفراقية والمتحوات القنوات الفراقية والمتحوات القنوات الفراقية والمتحوات القنوات القنوات الفراقية والمتحوات القنوات ال

المرشحين فيها عن طريق التغطية الإعلامية لها ما جعلها تؤدي الدور الإعلامي والتثقيفي في العملية الانتخابية وتنوير الرأي العام بهاهية الانتخابات وخصوصاً إنتخابات مجالس المحافظات لكونها تجربة حديثة على المجتمع العراقي وقق القائمة المفتوحة في انتحاب المرشحين.

جدول رقم (73) بوضح مدى قيام القنوات القضائية العراقية بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبراميع للرشحين قيها عن طريق التغطية الاعلامية لها

مجموع	عبرع	يغداد				مدى قيام القنوات الفضائية
النسب	المتكرارات		الإتاث	الذكور		العراقية بالتعريف بإنتخابات
المثوية		7.	عدد	7.	علد	عمالس المحافظات المراقية
			النكرازات		النكرازات	وبرامج المرشحين فيها عن طريق التفطية الاعلامية لها
4	101	4.0	2.5	25	77	الريق التعظيه (3 حاراتيه ها
44	134	19	57	25	77	تعم
41	127	19	58	22	69	إلى حد ما
15	50	3	11	12	39	245
100	311	41	126	59	185	الجموع

يوضح الجدول رقم (74) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة انفاق بلغت (75،19٪).

جدول رقم (74) يوضح مجموح الوسط الحسابي المرجح (المُوزون) والأهمية النسبية (الوزن المُتوي) لمدى قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بإنتخابات مجالس للحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التفطية الاعلامية لما

الأحية	جبوع	الد	بقا	مدى قيام القطسائيات المعواقية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	بالتعريف بإنتخابات يجافس
P%	الحساب	فلتومط الحسابي	المتوسط الحساب	المحافظات العراقية وبرامج المحمد تما محمل عمالة
75.19	2.27	2.37	2.21	المرشحين نيها عن طريق التفطية الإصلامية لما

س31: الأساس الذي أعتمد عليه الذين شاركوا في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في إختيار مرشحهم:

يوضح الجدول رقم (75) أن الأساس الذي أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثل بالمرتبة الأولى في (البرنامج الانتخبي للمرشح)، إذ حصلت على أعلى مجموع من المتكرارات بلغت (166) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (94) تكراراً وبنسبة (28٪)، وحصة الإناث منها (72) تكراراً وبنسبة (28٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية (الولاء الديني) كأحدى الأسس التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات المراقبة بمجموع أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات المراقبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (42) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة (العلاقات المحافظات العراقية بمجموع (44) تكراراً بلغ عدد تكراوات الذكور (27) تكراراً وبنسبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (17) تكراراً وبنسبة (8٪)؛ أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (17) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (وجهة النظر التي رصختها القنوات الفضائية العراقية) كأحدى الأسس أعتمدته عينة الدواسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية) كأحدى الأسس أعتمدته عينة الدواسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية) كأحدى الأسس أعتمدته عينة الدواسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية) الأسس أعتمدته عينة الدواسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية،

بمجموع (38) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (20) تكراراً وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (18) تكراراً وبنسبة (6٪)؛ في حين كانت المرتبة الخامسة من حصة الإجابة (الولاء الحزبي السيامي) كأحدى الأسس أعتمدته عينة المدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، بمجموع (31) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (16) تكراراً وينسبة (5٪)، ويلغ عدد تكرارات الإناث (15) تكراراً وينسبة (5٪)؛ ولم يتم تسجيل أي تكرار للمتغير (أخرى تذكر)؛ يتضح من التنائج أعلاه أن عينة الدراسة أعتمدت على (البرنامج الانتخابي للمرشح) كأساس في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ جاء في المرتبة الأولى، في حين جاء ترتيب الإجابة (وجهة النظر التي رسختها القنوات الفضائية العراقية) في المرتبة الرابعة نما يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في التأثير على الناخب العراقي في إنتخابات مجالس طحافظات العراقية في التأثير على الناخب العراقي في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في التأثير على الناخب العراقي في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في التأثير على الناخب العراقي في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في التأثير على الناخب العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في التأثير على الناخب العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية العراقية في التأثير على الناخب العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية العراقية في التأثير على الناخب العراقية في التخابات عالس

# جدول رقم (75) يوضح الاساس الذي اعتملته عينة الدراسة في اختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	بجنوع		.le	بغا		الأساس الذي اعتمدته الميثة في		
السب	التكرارات		الإتاث		الذكور	إختيار المرشح لإنتخابات		
المتوية		Z	مدد	7.	330	مجالس المحافظات المراقية		
			النكرارات		التكرارات			
50	166	22	72	28	94	البرنامج الانتخابي للمرشح		
13	44	5	17	8	27	الملاقات الشخمبية		
10	31	5	15	5	16	الولاء الحزبي السياسي		
15	51	7	24	8	27	الولاء الديتي		
12	38	6	18	6	20	وجهة النظر التي رسختها فديك		
						القنوات الفضائية العراقية		
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر		
100	330	45	146	55	184	الجموع		

يوضح الجدول رقم (76) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختيار البالغ (3.5) ويتسبة اتفاق بلغت (72.17٪). حدول قد (76) بدضيه عمده الدسط الحسان الدجيم (المزون) والأهمة النسبة (المزن المدول)

جدول رؤم (76) يوضح بجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) للاساس الذي اعتمدته حينة المنواسة في إختيار المرشح لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

الأهية	مجموع	25.	الاساس الذي احتمدته		
النسبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	العينة في إختيار المرشح	
P%	الحسابي	المتوسط المسابي	فلتومط الحسابي	لإنتخابات مجالس	
72.17	4.33	4.31	المحافظات العراقية		

س32: تقييم عينة الدراسة للتغطية الإخبارية للقنوات الفضائية العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (77) أن القنوات الفضائية العراقية كانت متحيزة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت الإجابة (متحيزة) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (211) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (121) تكراراً وبنسبة (20٪)؛ بعدها جاء في تكراراً وبنسبة (20٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية أن القنوات الفضائية العراقية كانت (حيادية) في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (164) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (73) تكراراً وبنسبة (71٪)؛ وجاءت في المرتبة الثائثة الإجابة (غير مهتمة) أي أن القنوات الفضائية العراقية كانت غير مهتمة في المرتبة الثائثة الإجابة (غير مهتمة) أي أن القنوات الغضائية العراقية بمجموع (69) تكراراً، بلغت تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات الذكور (55) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما الفضائية المراقية كانت متحيزة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية الفضائية المراقية كانت متحيزة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية العراقية .

جدول رقم (77) يوضح كيفية تعامل الفنوات الفضائية العراقية في تفطيتها لإنتخابات مجالس للحافظات العراقية

عموع	عبوع		الو	بغا	كيفية تعامل القنوات الفضائية	
النسب	التكوارات	الإثاث		الذكور		العراقية في تعطيتها لإنتخابات
الثوية		Z	عدد التكرارات	X.	عندالتكرارات	بجالس المحافظات العراقية
38	164	17	73	21	91	حيادية
47	211	20	90	27	121	متحيزة
15	69	3	14	12	55	فير مهتمة
100	444	40	177	60	267	الجموح

يوضح الجدول رقم (78) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (74.33٪).

جدول رقم (78) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لكيفية تعامل الفنوات الغضائية العراقية في تغطيتها لإنتخابات مجالس المعافظات العراقية

الأهبة	عموع	باد	ينا	كيفية تعامل الفتوات
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية المراقية في تغطيتها
P%	الحساي	للتوميط الحمسابي	الأتوسط اخسابي	المنتخابات مجالس المنتخابات مجالس
74.33	2.25	2.39	المعافظات العراقية	

# ثانياً: توصيف بيانات المُشاهدة لعينة الدراسة / محافظة صلاح الدين:

### س1: مدى مشاهدة عينة الدراسة لملقنوات القضائية العراقية:

يوضح الجدول وقم (79) أن أعلى تكرار كان من حصة التعرض بشكل غير منظم (أحيانا)، إذ بلغت (41) تكراراً، إذ كانت حصة الذكور في مدينة صلاح الدين (21) تكراراً وينسبة (32٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (20) تكراراً وينسبة (30٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (20) تكراراً وينسبة (30٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت الفضائية العراقية الدي الجمهور العراقي والذي يعني أن القنوات الفضائية العراقية لحد الآن لم تستطع كسب المشاهد العراقي مما يجعله يلجأ للقنوات الفضائية العربية والأجنبية؛ أما التعرض بأنتظام أي العراقي مما يجعله يلجأ للقنوات الفضائية العربية والأجنبية؛ أما التعرض بأنتظام أي مدينة صلاح الدين (18) تكراراً وبنسبة (27٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (11٪)؛ وأقل تكرار كان من حصة عدم التعرض عن طريق الإجابة تكرارات وبنسبة (11٪)؛ وأقل تكرار كان من حصة عدم التعرض عن طريق الإجابة (أبداً) فقد جاء بالمرتبة الثالثة، إذ لم يتم تسجيل أي تكرار لعينة الدراسة في محافظة صلاح الدين تعوض العراقية؛ يتضع من النتائج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين تتعرض العراقية وسيتم توضيح أسباب ذلك في أدنه.

جدول رقم (79) يوضيع مدى تعرض حينة الدراسة في صلاح الدين للقنوات الفضائية العراقية

بجموع	بجسوخ		الدين	مدى التعرص للقنوات		
النسب الدة	التكرارات	_	الإنات		الذكور	المضائية السراقية
المتوية		Z	عندالتكرارات	7.	مددالتكرارات	
38	25	11	7	27	18	دائراً
62	41	30	20	32	21	أحياتاً
-				-	·	ในไ
100	66	41	27	59	39	الجموع

يوضح الجدول رقم (80) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (79.3). جدول رقم (80) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى تمرض عينة الدراسة في صلاح اللين للقنوات الفضائية العراقية

الأحمية	مجسوع	للين	مدي	
النسبية محم	المتوسط	الذكور الإناث		الثعرض
P%	الجسابي	المتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	للقنوات
79.3	2.38	2.26	2.46	الفضائية
				المراقية

...2: القنوات الفضائية العراقية الأكثر مشاهدة لدي عينة الدراسة:

يتضح من الجدول رقم (81) أن قناة (الشرقية) هي أكثر القنوات الفضائية العراقية مشاهدة لدئ عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين، إذ حصلت على المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (64) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (39) تكراراً وبنسبة (10%) وبلغت حصة الإناث منها (25) تكراراً وبنسبة (6%)؛ جاءت بعدها في المرتبة الثانية قناة (البغدادية) بمجموع تكرارات بلغت (48) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (26) تكراراً وبنسبة (6%) وبلغت حصة الإناث منها (22) تكراراً وبنسبة (5%)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة قناة (صلاح الدين) بمجموع تكرارات بلغث (46) تكراراً، كانت حصة الإناث منها (20) تكراراً، كانت حصة الإناث منها (20) تكراراً وبنسبة (6%) وبلغت حصة الإناث منها الإناث منها (26) تكراراً وبنسبة (5%)؛ وجاءت في المرتبة الخاصسة قناة (بغداد) بمجموع تكرارات بلغت (36) تكراراً وبنسبة (3%)؛ وجاءت في المرتبة الخاصسة قناة (بغداد) بمجموع تكرارات بلغت (35) تكراراً وبنسبة (3%)؛ وجاءت في المرتبة المسادسة قناة (بغداد) بمجموع وبلغت حصة الإناث منها (21) تكراراً وبنسبة (38)؛ وجاءت في المرتبة الخاصسة قناة (بغداد) بمجموع وبلغت حصة الذكور منها (22) تكراراً وبنسبة (38)؛ وجاءت في المرتبة السادسة قناة وبلغت قناة الإناث منها (13) تكراراً وينسبة (13) تكراراً وينسبة (13)؛ وجاءت في المرتبة السادسة قناة وبلغت حصة الإناث منها (13) تكراراً وينسبة (13)؛ وجاءت في المرتبة السادسة قناة وبلغت حصة الإناث منها (13) تكراراً وينسبة (13)؛ وجاءت في المرتبة السادسة قناة الهناث

(السومرية) ممجموع تكرارات بلغت (33) تكراراً، كانت عدد تكرارات الدكور (19) تكراراً وبنسبة (5٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (3٪)؛ وجاءت في المرتبة السابعة قناة (العراقية) بمجموع تكرارات بلغت (32) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (22) تكراراً وينسبة (5٪) وبلغت حصة الإناث منها (15) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الثامنة قناة (الديار) بمجموع تكرارات بلغت (27) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (17) تكراراً وينسبة (4٪) وبلغت حصة الإناث منها (10) تكرارات وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة التاسعة قناة (اليابلية) بمجموع تكرارات بلغت (19) تكراراً لكل منهيا، كانت عدد تكرارات الذكور (11) تكراراً وبنسبة (3٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (8) تكرارات وينسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة العاشرة قناة (الراي) بمجموع تكرارات بلغت (14) تكراراً كانت حصة الذكور منها (11) تكراراً وينسبة (3٪) وبلغت حصة الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الحادية عشرة قناة (دجلة) بمجموع تكرارات بلغت (13) تكراراً كانت حصة الذكور منها (8) تكرارات وينسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (5) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الثانية عشرة قناة (الموصلية) بمجموع تكرارات بلغت (7) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (6) تكرارات وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها تكراراً واحداً وينسبة (0.25٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة عشرة قدة (الرشيد) بمجموع تكرارات بلغت (6) تكرارات، كانت عدد تكرارات الذكور (6) تكرارات وينسبة (7/2) ولريتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ وجاءت في المرتبة الرابعة عشرة قناة (بالادي) بمجموع تكرارات بلغت (3) تكرارات، كانت عدد تكرارات الذكور تكراراً واحداً وينسبة (0.25٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منه تكرارين وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الخامسة عشرة القنوات (عشتار والمسار والانبار) بمجموع تكرارات بلغت تكرارين لكل منهم، كانت عدد تكرارات

الإناث لقناة عشتار تكرارين وبنسبة (1٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للذكور في هذه القياة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة المسار فقد بلغت تكراراً واحناً وبنسبة (0.25٪) ويلغت عدد تكرارات الإناث منها تكراراً واحداً وينسبة (0.25٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة الاتبار فقد بلغت تكرارين وبنسبة (1٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للاباث في هذه القناة؛ وجاءت في المرتبة السادسة عشرة القنوات (الفرات والفيحاء وآشور والسلام والحرية والعراق الاقتصادية) بمجموع تكرارات بلغت تكراراً واحداً لكن منهم، كانت عدد تكرارات الإناث لقناة الفرات تكراراً واحداً وبنسبة (0.25٪) ولمريتم نسجيل أي تكرار لللكور في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقنأة الفيحاء بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (0.25٪) ولريتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الإناث لقناة آشور فقد بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (0.25٪)، ولم يتم تسجيل أى تكرار للذكور في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة السلام بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (0.25٪) ولريتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة الحرية بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (0.25٪) ولريتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة العراق الاقتصادية بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (100٪) ولريتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة.

جدول رقم (81) يوضح القنوات الفضائية العراقية التي يُقضل مشاهدها لدى هيئة الدراسة

مجموع			: الدين	صلاح		القنوات الفضائية	ث
النسب	مجموع التكوارات	الإناث		الذكور	العراقية التي		
المثوية	-3,7	Z.	ملد	7.	مند	تشاهدها مینة	
			التكرارات		التكرارات	الدراسة	
16	64	6	25	10	39	الشرقية	1
12	48	5	22	6	26	البغدادية	2
11	46	5	20	6	26	صلاح الدين	3
9	36	3	12	6	24	الرافدين	4
8	35	3	13	5	22	بغداد	5
8	33	3	14	5	19	السومرية	6
9	73	4	15	5	22	المراقية	7
6	27	2	10	4	17	الديار	8
5	19	2	8	3	11	البابلية	9
4	14	1	3	3	11	المراي	10
3	13	1	5	2	8	دجلة	11
2.25	7	0.25	1	2	6	الموصلية	12
2	6		-	2	6	الوشيد	13
1.25	3	1	2	0.25	1	بلادي	14
1	2	1	2	-	-	مشتار	15
0.5	2	0.25	1	0.25	1	المسار	15

## الإعلام المرقح وصناعة الإجنجة السياسية

349	<u></u>	الإعلام المرثج وهناعة الإجندة السياسية								
1	2	_	-	1	2	الانيار	15			
0.25	1	-	-	0.25	1	الفيعداء	16			
0.25	1	0.25	1		-	الفرات	16			
0.25	1	0.25	1	-	-	آشور	16			
0.25	1	-	-	0.25	1	السلام	16			
0.25	1	-	-	0.25	1	الحرية	16			
0.25	1	-	-	0.25	1	العراق الاقتصادية	16			
100	400	38	155	62	245	المجموع				

### س3: أسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية:

يبين الجدول رقم (82) أن أهم أسباب مشاهدة القنوات الفضائية العراقية تتمثل في (أكتساب معارف جديدة)، إذ حصلت على أعلى مجموع تكرارات بلغت (41) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (25) تكراراً وينسبة (18٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (16) تكراراً وبنسبة (11٪)، وبذلك أحتلت المرتبة الأولى؛ ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (التعرف على مستجدات الأحداث) بمجموع تكرارات لكِلا الجنسين بلغت (40) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (23) تكراراً وبنسبة (16٪)، وللأناث (17) تكواراً وبنسبة (12٪)؛ وتقاسمت كلُّ من الإجابة (لقضاء وقت الفراغ) والإجابة (التسلية والترفيه) في المرتبة الثالثة بمجموع تكرارات لكِلا الجنسين بلغت (23) تكراراً، إذ يلغ عدد تكرارات الذكور في الإجابة (لقضاء وقت الفراغ) منها (17) تكراراً وينسبة (12٪) وبلغ عدد تكرارات الإناث فيها (6) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور في الإجابة (التسلية والمترفيه) فقد بلغت (15) تكراراً وينسبة (10٪) في حين بلغ عدد تكرارات الإناث فيها (8) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ أما المرتبة الرابعة فكانت من حصة الإجابة (لأنها قريبة من أهتهاماتي ورغباني) بمجموع (13) تكراراً، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (6٪) ويلغ عدد تكرارات الإناث (5) تكرارات وينسبة (4٪)؛ وجاءت مُشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية من أجل (إيجاد موضوع للتحدث مع الاخرين) في المرتبة الخامسة، بمجموع تكرارات بلغت تكرارين، بلغ عدد تكرارات الذكور منها تكرارين وينسبة (1٪) في حين لريئم تسجيل أي تكرادٍ للأناث في هذه الإجابة؛ ولر تسجل عينة الدراسة أي إجابة في المتغير (أخرى تذكر)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن عينة الدراسة تُشاهد القنوات الفضأئية العراقية وتتعرض لبرابجها من أجل أكتساب معارف جديدة وهذا يدل على أن القنوات الفضائية العراقية لها دور في تزويد المتلقي بالمعلومات التي توسع من معلوماته خصوصاً أنه لريتم تسجيل عدم

تعرص عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين إلى القنوات الفضائية العراقية ولريتم تسجيل أي تكرار الأسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية العراقية لدئ عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين.

جدول رقم (82) اسباب مشاهدة حينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

عبوع	مجموع		الدين	صلاح		أمباب مشاهلة عينة الفراسة
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	فلقنوات القضائية المراقية
المثوية		Z	عدد	7.	ولد	
			النكوارات		النكرارات	
29	41	11	16	18	25	أكتساب معارف جديدة
16	23	4	6	12	17	لقضاء وقت الفراغ
16	23	6	8	10	15	التسلية والترقيه
1	2	-	—	1	2	إيجاد موضوح للتحدث مع
						الاخرين
28	40	12	17	16	23	التعرف على مستجدات الأحداث
10	13	4	5	6	8	لأنها قريبة من احتياماتي ودغباتي
-	-	-	-	-	_	أخرى تذكر
100	142	37	52	63	90	المجموع

يوضح الجدول رقم (83) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (4) وينسبة اتفاق بلغت (66.9٪).

جدول رقم (83) يوضع مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

الأحمية	عبوع	النين	أسباب مشاهلة عينة	
النبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	اللواسة للقنوات
P%	الحسان	المتوسط الحسابي	التوسط الحسابي	الفضائية العراقية
66.9	4.68	4.87		

س4: أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية:

لريتم تسجيل اي إجابة في هذا السؤال وهذا يدل على ان هينة الدراسة في محافظة صلاح الدين كانت بمن يشاهدون القنوات الفضائية العراقية .

### س5: مدى إسهام القنوات الفضائية المراقبة في التمريف بالقضايا المامة:

يوضح الجدول رقم (84) أن القنوات الفضائية العراقية (تسهم إلى حد ما) بالتعريف بالقضايا العامة، إذ حصلت على أعلى بجموع من النكرارات بلغت (43) تكراراً، كانت حصة الأناث (17) تكراراً وبنسبة (26٪)، وكانت حصة الإناث (17) تكراراً وبنسبة (26٪)، وبذلك جاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (نسهم) بمجموع (20) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الذكور (10) تكرارات وبنسبة (15٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (15٪)؛ أما عدم إسهام المقنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة فقد جاء في المرتبة الثالثة متمثلاً في الإجابة (لر تسهم) بمجموع تكرارات بلغت (3) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (3) تكرارات وبنسبة (5٪)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للأناث في عدد تكرارات الذكور (3) تكرارات وبنسبة (5٪)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للأناث في هذه الإجابة؛ يتضح من النتائج أعلاه أن إسهام القنوات الفضائية العراقية في النعريف بالقضايا العامة متوسط وذلك من الإجابة (تسهم إلى حد ما) مما يؤكد ضعف دور بالقضايا العامة متوسط وذلك من الإجابة (تسهم إلى حد ما) مما يؤكد ضعف دور

القنوات الفضائية في التعريف بالقضايا العامة وهذا يستدعي من القنوات الفضائية العراقية الأهنيام والتركيز على معالجة الأسباب.

جدول رقم (84) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة

مجموع النسب	مجموع التكرارات		الدين الإناث	ملى إسهام القوات القضائية العراقية في		
المثوية		7.	حدد التكوارات	7.	حدد التكرازات	التعريف بالقضايا العامة
30	20	15	10	15	10	تسهم
65	43	26	17	39	26	السهم إلى حدما
5	3	-	-	5	3	أرتسهم
100	66	41	27	59	39	الجموح

يتضع من الجدول رقم (85) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (72.7٪). جدول رقم (85) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى إسهام القنوات المضائية المراقية في التعريف بالقضايا العامة

الأحمية	مجموع	اللين	مدى إسهام القنوات	
النسية	الثوسط	الإثاث	الذكور	الفضائية العراقية في
P%	اخسابي	فلتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	التعريف بالقضايا العامة
72.7	2.18	2.37	2.18	

س6: مدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم عينة الدراسة بشكل واقعي:
يوضح الجدول رقم (86) أن القنوات الفضائية العراقية تُعبر إلى حدما على قضايا
وهموم المُشاهد العراقي بشكل واقعي، إذ حصلت الإجابة (أحياناً) على أعلى مجموع من
التكرارات بلغت (44) تكراراً، كانت حصة الذكور (25) تكراراً وبنسبة (38٪)، أما

يوضح الجنول رقم (87) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اكثر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (69.7٪).

جدول رقم (87) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لملى تمبير القنوات القضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي

الأمية	بجموع	الدين	ملاح	مدى تعبير القنوات الفضائية
النسبية	المتوسط	الإتاث	الذكور	العراقية عن كلضايا وجموم
P%	السابي	المتوسط الحسابي	المتوسط المعسابي	المشاهد المراقي
69.7	2.09	2.15	2.05	

س7: مدى العلاقة بين عدم أطلاع حينة الدراسة على بعض القضايا المهمة وبين تجاهل القنوات الفضائية العراقية لهذه القضايا:

يوضح الجدول رقم (88) أن هناك علاقة متوسطة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وبين تجاهل القنوات الفصائية لهذه القضايا، إذ حصلت الإجابة (إلى حد ما) لدى عينة الدراسة في مدينة صلاح الدين على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (29) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (19) تكراراً وبنسبة (29٪)، وبلغت حصة الإناث منها (10) تكرارات وبنسبة (15٪)، وبللك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أسالرتبة الدنية فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي تأكيد وجود علاقة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها بمجموع (20) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (11) تكراراً وبنسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (9) تكرارات وبنسبة (قائرات الفضائية العراقية لها فقد جاء في المرتبة الثائنة عن طريق الإجابة (كلا) بمجموع تكرارات بلغت (17) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الذكور (9) تكرارات وبنسبة (18٪)؛ أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات وبنسبة (18٪)؛

النتائج أعلاه توضح أن العلاقة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل الفنوات الفصائية العراقية لها هي موجودة بشكل متوسط بما يؤشر ضعف دور القنوات العضائية لدى المتلقي العراقي من عينة الدراسة عن طريق الإجابة (إلى حد ما) والذي بدل على أن المتلقي العراقي بأمل من القنوات الفضائية العراقية أن تقوم بدوره الإعلامي والتئقيفي بالشكل المعلوب على غرار القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

جدول رقم (88) يوضح العلاقة بين عدم الاطلاّع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لما

عبرع	عِموع		النين	الملاقة بين مدم الاطلاع ملى		
االسب	التكرارات	الإناث		الذكور		بعض القضايا المهمة وتجاهل
المثوية		7.	حلدالتكوارات	Z	حلدالتكرارات	القنوات القضائية العراقية لها
30	20	13	9	17	11	تعم
44	29	15	10	29	19	إلى حد ما
26	17	12	8	14	9	كلا
100	66	40	27	60	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (89) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإنث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (68.3٪).

جدول رقم (89) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات العضائية العراقية لها

الأمية	مجموع	اللين	صلاح	الملاقة بين عدم الاطلاع على
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	بعض القضايا المهمة وتجاهل
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	التوسط الحسابي	القنوات الفضائية العراقية لما
68.3	2.05	2.04	2.05	

### س8: العلاقة بين التغطية الإعلامية للفضائيات العراقية وبين الاهتهام بقضايا معينة:

يوضح الجدول رقم (90) أن العلاقة متوسطة بين النغطية الإعلامية للقوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدئ المُشاهد العراقي، إذ حصلت الإجابة (أحياماً) لدئ عينة الدراسة في مدينة صلاح الدين على أعلى مجموع من التكرارات بلعت (49) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (29) تكراراً وبنسبة (44٪)، وكانت حصة الإناث منه (20) تكراراً وينسبة (30٪)، ويذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما عدم وجود علاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدئ المشاهد العراقي فقد جاء في المرتبة الثانية عن طريق الإجابة (أبداً) بمجموع (11) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (12٪)، وبلغت تكرارات الإناث (3) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (دائيًا) أي تأكيد وجود علاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدئ المُشاهد العراقي وبمجموع (6) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور تكرارين وبنسبة (3٪)، وبلغ عدد تكرارات الإناث (4) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ يتضح من النتائج أعلاء أن العلاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام يقضايا معينة لدئ المشاهد العراقي هي متوسطة عن طريق الإجابة (أحياناً) والذي يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في التأثير على المُشاهد العراقي وضعف دورها في الحياة العامة للفرد العراقي.

جدول رقم (90) يوضح الملاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام بقضايا معينة لدى المُشاهد العراقي

مجموع	مجموع		اللين	العلاقة بين التغطية الاعلامية		
التسب	التكرارات	الإناث		الذكور		لملقنوات الفضائية العراقية
المثوية		l.	مدد التكرارات	7.	حدد التكرارات	وبين الاهتهام بقضاية معيسة لدى المُشاهد العراقي
9	6	6	4	3	2	داتياً
74	49	30	20	44	29	أحياناً
17	11	5	3	12	8	أبدآ
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (91) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور كان اقل من معيار الإختبار، بينها كان متوسط الإناث أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (64٪).

جدول رقم (91) يوضح مجموع الوسط الحسابي الموجع (الموزون) والأحمة النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة بين التفطية الاحلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاحتيام بقضايا معينة لدى المُشاهد العراقي

الأهمية	مجموع	الدين	حلاح	الملاقة بين التفطية الاعلامية	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	فلقنوات الفضائية العراقية وبين	
Р%	الحسابي	المتوصط الحسابي	المتوسط الحسابي	الاهتهام بقضايا معينة لدى	
64	1.92	2.04	1.85	المشاهد المراقي	

س9: القضايا التي تهتم بها العينة يسبب التغطية الإعلامية للقنوات القضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (92) أن أعلى تكرارٍ كان من حصة عدم وجود قضايا يهتم بها المُشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وجاءت في المرتبة

الأونى، بمجموع (30) تكراراً، بلغت تكرارات المذكور (19) تكراراً وبنسبة (25٪)، ويلعت تكرارات الإناث (11) تكراراً وينسبة (14٪)؛ أما القضايا السياسية فقد جاءت في المرتبة الثانية بمجموع (25) تكراراً، كانت حصة الذكور (16) تكراراً وبنسبة (21٪)، وحصة الإناث (9) تكرارات وينسبة (12٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة القصايا الإجتهاعية وبمجموع (15) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (5) تكرارات وبنسبة (7٪)، ويلغ عدد تكرارات الإناث (10) تكرارات وبنسبة (13٪)؛ تأتي بعدها الغضايا الاقتصادية لتحتل المرتبة الرابعة ضمن القضايا الني يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبمجموع تكرارات لكيلا الجنسين بلغت (6) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (3) تكرارات وبنسبة (4٪)، وبلغت حصة الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ ولريتم تسجيل أي أهتمام بالقضايا الرياضية لدئ عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين من كِلا الجنسين؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لرتجعل المتلقي العراقي يهتم بقضايا محددة مما جعل أغلب عينة الدراسة تتجه إلى عدم تحديد قضايا معينة أدّت النغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية إلى الأهتهام بها (القضايا)، ثم تأتي بعدها وبالمرتبة الثانية الأهتمام بالقضايا السياسية.

جدول رقم (92) يوضح القضايا التي يهتم بها المُشاهد العراقي بسبب النغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموع		لين	القضايا التي يهتم يها م		
النسب 1. 11،	التكرارا		الإناث	الذكور		المُشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية
المثوية	<b>ી</b>	γ.	حد التكوارات	7.	هدد التكرارات	التعطية الإعلامية للقنوات القضائية العراقية
33	25	12	9	21	16	سياسية
8	6	4	3	4	3	اقتصادية
20	15	13	10	7	5	اجتياعية
39	30	14	11	25	19	لايوجد
100	76	43	33	57	43	المجموع

يوضح الجدول رقم (93) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط اللكور ومتوسط الإنت كن اقل من معيار الإختبار البالغ (3) وبنسبة اتفاق بلغت (59٪).

جدول رقم (93) يوضح جموح الوسط الحسباب المرجع (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المثوي) للقضايا التي يهتم بها المُشاهد العراقي بسبب التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية

الأهمية	مجموع	الدين	ملاح	القضايا التي يهتم بها المُشاهد
النسبية	المتوسط	الإباث	الذكور	العراقي بسيب التغطية
Р%	الحساب	المتوسط الحسابي	التوسط الحسابي	الاعلامية للقنوات الفضائية
59	2.95	2.97	2.93	العراقية

س10: مدى تركيز القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية:

يوصح الجدول رقم (94) أن عينة الدراسة تعتقد أن القنوات الفضائية العراقية تركر على قضايا دون سواها لأسباب سياسية وجاءت هذه الإجابة (نعم) في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (34) تكراراً، كأنت حصة الذكور منها (22) تكراراً وبنسبة (33٪)، وحصة الإناث منها بلغت (12) تكراراً وبنسبة (18٪)؛ وجاء في المرتبة الثانية وجود تركيز متوسط من قبل القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية عن طريق الإجابة (إلى حد ما)، بمجموع (23) تكراراً، إذ بلغت تكرارات الذكور (14) تكراراً وينسبة (21٪)، وبلغت تكرارات الإناث (9) تكرارات وبنسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة عدم وجود تركيز للقنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية عن طريق الإجابة (كلا)، وبمجموع (9) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (3) تكرارات وبنسبة (5٪)، وبلغ عدد تكرارات الإنث (6) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن أغلب عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين يعتقدون أن القنوات العضائية العراقية تقوم بالتركيز عن قضايا دون سواها وتشملها بكثافة التغطية الإعلامية بسبب عوامل وأهداف سياسية وهذه تعد نقطة سلبية في مسيرة عمل هذه القنوات الفضائية وأيضاً نقطة سلبية في مسيرة الإعلام العراقي في ظل التعددية وحرية التعبير الذي يتمتع به العراق خصوصاً بعد سقوط النظام السابق والخروج من سيطرة ايديولوجية الحزب الواحد.

جدول رقم (94) يوضح مدى تركيز المتنوات القضائية العراقية على قضايا دون سواها لاسباب سياسية

بجسوع	مجموع		النين	مدى ثركيز القنوات		
النسب	التكرارات		ार्या		الذكور	الفضائية العراقية على قضايا
المئوية		7,	مدد	7		دون سواها لاسباب سياسية
			التكرارات		التكولوات	
51	34	18	12	33	22	تمبم
35	23	14	9	21	14	إلى حد ما
14	9	9	6	5	3	ΣK
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (95) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) و منسبة انفاق بلغت (79.3٪). جدول رقم (95) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى تركيز الثنوات الفضائية المراقية على قضايا دون سواها الاسباب سياسية

الأهبة	عبسوع	النين	مدى تركيز القنوات	
النسبية محم	المتوسط	الإثاث	الذكور	الفضائية العراقية على
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	قضایا دون سواها کا در در
79.3	2.38	2.22	2.49	لامباب سيامية

س11: العلاقة بين زيادة تفاعل مواقف حينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية بشكل ايجابي مع زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا:

يوضح الجدول رقم (96) أن العلاقة متوسطة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية لهذه القضايا، إذ جاءت النتائج لتظهر أن عينة المدراسة في مدينة صلاح الدين أجابت بالإجابة (أحيانا) بأعلى مجموع من التكرارات بلغت (45) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (26) تكراراً ويتسبة (39٪)، وبلغت حصة الإناث منها (19) تكراراً وبنسبة (29٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثنية فكانت من حصة الإجابة (داتهاً) أي تأكيد وجود علاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا وبمجموع (14) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (12٪)، وبلغ عدد تكرارات الإناث (6) تكرارات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات القضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية للدراسة مع القضايا التي تتناولها الثنوات القضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية بلغت تكرارات الذكور (5) تكرارات وبنسبة (8٪)، وبلغث تكرارات الإناث أثنين وبنسبة (8٪)، وبلغث تكرارات الإعلامية القضايا وبنسبة (18٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن مواقف عينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناولها القضايا والذي يؤكد وجود علاقة ضميفة إلى حدما بين النغطية الإعلامية للقضايا وبين تركيز القنوات الفضائية العراقية عليها.

جدول رقم (96) يوضح العلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها الفنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا

مجموع	مجموع		; الدين	صلاح	العلاقة بين تفاعل حيثة الدراسة	
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	مع القضايا التي تتناوخا القنوات
المثنوية		7.	علج	Z.	عدد	الفضائية المراقية وبين زيادة
			التكرارات		المشكواوات	التغطية الإحلامية خلمه القضايا
21	14	9	6	12	8	دائياً
68	45	29	19	39	26	أحياناً
11	7	3	2	8	5	أبدآ
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (97) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة انفاق بلغت (70.3٪).

جدول رقم (97) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التقطية الاعلامية لحذه الغضايا

الأهبة	بمسوع	اللين	حبلاح	العلاقة بين تفاعل العينة مع
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	القضايا التي تتناولها الفضائيات
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	العراقية وبين زيادة التغطية
70.3	2.11	2.15	2.08	الاعلامية لهذه القضايا

س12: مدى أعنهاد عينة المدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم:

يوضح الجدول رقم (98) أن عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين تعتمد بشكل متوسط على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم، إذ جاءت النتائج لتظهر أن عينة الدراسة أجابت بالإجابة (أحياناً) بأعلى مجموع من التكرارات بلغت (39) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (25) تكراراً وبنسبة (38٪)، وكانت حصة الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (21٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (دائمًا) أي تأكيد أعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم وبمجموع (15) تكراراً، بلغت حصة الذكور منها (5) تكرارات وبنسبة (8٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (15٪)؛ أما عدم أعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (أبداً) بمجموع (12) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (9) تكرارات وينسبة (14٪)، وبلغ عدد تكرارات الإناث ثلاثة تكرارات وبنسبة (4٪)؛ والتنائج أعلاه تبين أن عينة الدراسة تعتمد بشكل متوسط وعن طريق الإجابة (إلى حد ما) على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم وهذا يؤكد أبتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المُشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي كيا يؤشر وجود علاقة سلبية بين الفرد العراقي وبين قنواته الفضائية التي من المفترض أن تكون قريبة منه ومن همومه ومشاكله وأفراحه وتشاركه فيهاعن طريق تسليط الضوء عليها وإيصالها إلى مركز صناعة القرار في الحكومة العراقية ،

جدول رقم (98) يوضح مدى اعتباد عبنة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم

مجنوع	مجموع	صلاح الدين				مدى اعتباد ميسة المدراسة على
النسب	التكر أرات	الإناث		الذكور		القنوات الفضائية المراقية في
المثوية		Z	هلد	% ale		متابعة الأحداث ذات الصلة
			النكرارات		التكرارات	بحياتهم ومستقبلهم
23	15	15	10	8	5	دائها
59	39	21	14	38	25	أحياناً
18	12	4	3	14	9	آبداً
100	66	40	27	60	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (99) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار، بينها كان متوسط الذكور اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسية انفاق بلغت (68.3٪).

جنول رقم (99) يوضح عبموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى احتهاد حينة المدراسة حلى القنوات الفضائية المراقبة في متابعة الأحداث ذات الصلة بعياتهم ومستلبلهم

الأمية	مجموع	الدين	صلاح	مدى اعتباد هيئة الدراسة هلى
النسبية	المتومط	الإناث	الذكور	القنوات الفضائية العراقية في
P%	الحسابي	للتوصط الحسابي	التوسط الحسابي	متابعة الأحداث ذات الصلة
68.3	2.05	2.26	1.9	بحياتهم ومستقبلهم

س13: مدى مشاركة حينة المدراسة في إنتخابات عجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (100) أن عدد المشاركين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين حصلت على أعلى مجموع تكرارات، إذ بلغ مجموع التكرارات لكلا الجنسين التي أجابت بالنعم) من عينة الدراسة (47) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (28) تكراراً وينسبة (42٪)، وبلغت حصة الإناث منه (19) تكراراً وبنسبة (29٪)؛ أما غير المشاركين في إنتخابات مجالس المحافظات والتي أجبت بالكلا) في السؤال، فقد بلغ مجموع التكرارات (19) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (11) تكراراً وبنسبة (17٪)، وحصة الإناث منها (8) تكرارات وبنسبة (12٪)؛ والنتائج أعلاء تبين أن أعداد المشاركين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من المؤهلين للانتخاب من عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين كانت أكثر من أعداد غير المشاركين فيه، والذي يصب في خدمة أهداف دراستنا هذه وتحقيق النتائج المطلوبة.

جدول رقم (100) يوضح مدى مشاركة هيئة الدراسة من محافظة صلاح الدين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		الدين	مدى مشاركة حيئة الدراسة		
النسب	التكرارات	الإناث		الذكور		من محافظة صلاح الدين في
المثوية		7.	عدد النكرارات	7.	خلد التكرادات	إنتخابات يجالس المحافظات العراقية
71	47	29	19	42	28	تعم
29	19	12	8	17	11	צע
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (101) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كانت اقل من معيار الإختيار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (84.5٪).

جدول رقم (101) يوضح مجموع الوصط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى مشاركة عبنة الدراسة من عماقظة صلاح المدين في إنتخابات عجالس للحافظات العراقية

الأمية	مجموع	الدين	صلاح	مدى مشاركة العينة من
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	عحافظة صلاح الدين
P%	الحسابي	لأتوسط الحسابي	المتوسط الحمساي	لي إنتخابات مجالس المسائدة السائدة ال
84.5	1.69	1.7	1.72	المحافظات العراقية

س14: أسباب عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يرضح الجِدول رقم (102) أن أسياب عدم مشاركة عينة الدراسة لمحافظة صلاح الدين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت بالدرجة الأوني إعتقادهم بأن الانتخابات (لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (14) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (7) تكرارات وبنسبة (26٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (26٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن الانتخابات (ليست عملية ديمقراطية)، بمجموع (13) تكراراً، بلغ عند تكرارات الذكور (10) تكرارات وبنسبة (37٪) ويلغ عدد تكرارات الإناث (3) تكرارات وبنسبة (11٪)؛ وقد تشارك كل من المتغير (عدم تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات) والمتغير (أخرئ تذكر) في المرتبة الثالثة إذ لريتم تسجيل أي تكرار لهم لدئ عينة الدراسة؛ والتتائج أعلاه توضيح أن السبب المباشر لعدم مشاركة عينة الدراسة من محافظة صلاح الدين في إنتخابات مجالس المحافظات، إعتقاد المبحوثين بأنه لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني، وجاء سبب عدم تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات في المرتبة الرابعة والأخيرة، وهذا يؤكد أن الهدف الأساس من المشاركة في الانتخابات كان الإعتقاد في تحقيق الأمن والإستقرار السياسي في العراق وأن دور وسائل الإعلام كان هامشياً في التشجيع والتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بما يؤكد أبتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المُشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي وأهنهاماته في غتلف المجالات .

جدول رقم (102) يوضح أسباب عدم مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات بجالس المحافظات من الذين لم يشاركوا فيها

بجموع	مجموع		صلاح النين			أسباب حدم مشاركة عينة الدراسة في
النب	التكرارات		الإناث		الذكور	إنتخابات مجالس المحافظات من الدين
المثنوية		7.	خلد	Z	مند	لم يشاركوا قيها
			التكرارات		النكرارات	
-	-	-	-	-	-	عدم تركيز وسائل الإحلام على الانتخابات
48	13	11	3	37	10	لأثبا ليست صملية ديمقراطية
52	14	26	7	26	7	لأنها لا تسهم في الإستقرار السياسي والأمني في العراق
-	-	-	-	~	-	أخرى تذكر
100	27	37	10	63	17	المجموع

يوضح الجدول رقم (103) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (62٪).

جدول رقم (103) يوضع بجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب عدم مشاركة حينة الدواسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين لم يشاركوا فيها

الأمية	مجموع	النين	صلاح	أسباب عدم مشاركة حينة
النبية	التوسط	الإناث	الذكور	الدراسة في إنتخابات مجالس
Р%	الحسابي	للتومط الحسابي	للتوسط الحسابي	المحافظات من الذين لم
62	2.48	2.3	2.59	يشاركوا قيها

## س15: أسباب المشاركة في إنتخابات عجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (104) أن أسباب مشاركة عينة الدراسة لمحافظة صلاح الدير في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت في المرتبة الأولى بسبب إعتقادهم (بأن الانتخابات خطوة في طريق تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرار بلغ (32) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (18) تكراراً وبنسبة (34٪)، وحصة الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (27٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في المشاركة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان لإعتقادهم بكونها (عملية ديمقراطية) وجاءت بمجموع (12) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (7) تكرارات وينسبة (13٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (10٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات) بمجموع تكرارات بلعت (8) تكرارات، يلغت تكرارات الذكور (5) تكرارات وينسبة (10٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ ولر يتم تسجيل أي إجابة للمتغير (أخرئ تذكر) ضمن عينة الدراسة الخاصة بمحفظة صلاح الدين؛ والنتائج أعلاه توضح ضعف الدور الذي قامت به وسأتل الإعلام ومنها القنوات الفضائية العراقية في التعريف والتحفيز على المشاركة بإنتخابات بجالس المحافظات العراقية، في حين كان السبب الرئيس لمشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في إعتقادهم بأنها خطوة في طريق الإستقرار السياسي والأمني في العراق، بما يؤكد أبتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العرافي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي وأهتهاماته وضعف دورها في تحقيق تعبثة وصناعة الرأي العام في العراق.

جدول رقم (104) يوضح أسباب مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها

مجموع	مجموع		لىين	صلاحا	_	أسباب مشاركة المينة في
السب	التكرارات		الإناث	الذكور		إنتخابات غالس للحافظات
المثوية		7	ملدالتكوارات	χ	عدد التكراوات	من الذين شاركوا فيها
16	8	6	3	10	5	تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات
23	12	10	5	13	7	لأنها عملية ديمقراطية
61	32	27	14	34	18	لأنها شعلوة في طويق الإستظرار السياسي والأمني في العراق
1	-	-	-	-	-	آخری تذکر
100	52	43	22	57	30	المجموح

يوضح الجدول رقم (105) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (63.5٪). جدول رقم (105) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب مشاركة هيئة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها

الأمية	مجموع	اللين	صلاح	أمياب مشاركة عينة
النسبة	المتوسط	الإناث	الذكور	الدراسة في إنتخابات
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	عِ الس المحافظات من النسطات مناسطات من
63.5	2.54	2.5	2.57	الذين شاركوا نيها

م 16: مدى إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة بأستمرار في التعريف بإنتخابات عالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (106) أن القناة الفضائية المراقية التي تبعنها عينة الدراسة (أسهمت) في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت على اعلى مجموع من التكرارات المجلا الجنسين بلغت (32) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (19) تكراراً وبنسبة (29)، وبلغت حصة الإناث منها (13) تكراراً وبنسبة (29٪)، وبلغت حصة الإناث منها (13) تكراراً وبنسبة (29٪)، وبلغل حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت إلى حد ما) بمجموع (29) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (18٪)؛ وجاء وبنسبة (18٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (12) تكراراً وبنسبة (18٪)؛ وجاء عدم إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعنها عينة المدراسة في التعريف بإنتخابات تكرارات، بلغت تكرارات الأدكور (3) تكرارات وبنسبة (4٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (3٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن إسهام القناة الفضائية التي تابعنها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان نسبته الأكثر، والذي يبين أن القنوات الفضائية أسهمت بشكل فاعل في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان نسبته الأكثر، والذي يبين أن القنوات الفضائية أسهمت بشكل فاعل في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية لدئ عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين.

جدول رقم (106) مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات عجالس المحافظات العراقية

عموع	مجموع		الدين	مدى إسهام القناة الفضائية		
النسب	التكرارات	الإناث		الذكور		التي تابعتها حينة الدراسة في
المثوية		γ.	عدد التكرارات	7.	مدد التكرارات	التعريف بإنشخابات بجالس المحافظات العراقية
49	32	20	13	29	19	أسهمت
44	29	18	12	26	17	أسهمت إلى حدما
7	5	3	2	4	3	لم تسهم
<b>10</b> 0	66	41	27	59	39	الجموع

يوضح الجدول رقم (107) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (80.3٪). جدول رقم (107) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام الفناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهية	عبوع	الدين	ملاح	مدى إسهام القناة الفضائية التي
السبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	تابعتها حينة الدراسة في المتعربات
P%	الحسابي	المتوصط الحسابي	المتوسط المسابي	بإنتخابات مجالس للحافظات ۱۰۰۱ - ۱۰۰۱
80.3	2.41	2.41	2.41	المراقية

س19: مدى تأثر موقف عينة الدراسة من إنتخابات عجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (112) أن عينة الدراسة تأثر موقفها من إنتخابات مجالس المعافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية وجاءت هذه الإجابة (نعم) في المرتبة الأولى بمجموع (24) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (10) تكرارات وبنسبة (15٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (14) تكراراً وبنسبة (21٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدماً) أي وجود تأثر متوسط بموقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية بمجموع (22) تكراراً، يلغت تكرارات الذكور (15) تكراراً وبنسبة (23٪)، أما تكرارات الإناث (7) تكرارات وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم وجود تأثر في موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قلمته القنوات الفضائية العراقية عنها وبمجموع تكرارات بلغت (20) تكراراً، كنت حصة الذكور منها (14) تكراراً وبنسبة (21٪)، وحصة الإناث منها (6) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ والتنائج أعلاه توضح أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة البصرة تأثر موقفها من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات القضائية العراقية عن هذه الانتخابات والذي يؤشر وجود تأثير للقنوات الفضائية العراقية في القضايا العامة التي تمس حياة الفرد العراقي وخصوصاً قضايا الرأي العام مثل قضية إنتخابات مجالس المحافظات.

جدول ركم (112) يوضح مدى تأثر موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموع		ئىين		مدى تأثر موقف العينة	
النسب	التكوارات	الإناث		الذكور		من إنتخابات مجالس
المتوية		Z	عدد التكولوات	7.	مدد التكرارات	المحافظات المراقية بها قدمته القضائيات العراقية
36	24	21	14	15	10	تعم
34	22	11	7	23	15	إلى حد ما
30	20	9	6	21	14	745
100	66	41	27	59	39	المجموع

يرضح الجدول رقم (113) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار، بينها كان متوسط الذكور اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (68.7).

جدول رقم (113) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى تأثر موقف هيئة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات المراقية بها قدمته القتوات الفضائية المراقية

الأخية	مجموع	الدين	صلاح	مدى تأثر موقف حيثة الدراسة من
النسبية	الإثاث المتوسط		الذكور	إنتخابات مجالس المحافظات
Ρ%	الحالي P%	المتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	العراقية بها قلعته القنوات 21 - 22 استات
68.7	2.06	2.3	1.9	الفضائية العراقية

س20: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات عمل المشاركة في إنتخابات عمل المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (114) أن إسهام القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إسخابات بحالس المحافظات العراقية حصلت على أعلى مجموع تكرارات، عن طريق الإجابة (نعم)، إذ بلغت (38) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (20) تكراراً وبنسبة (30٪)، وبلغت حصة الإناث منها (18) تكراراً وبنسبة (72٪)؛ أما عنم إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة في محافظة صلاح المدين على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتي أجابت بـ (كلا) في السؤال، فقد جاء في المرتبة الثائية بمجموع (28) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (19) تكراراً وبنسبة (29٪)، أما عدد تكرارات الإناث (9) تكرارات وينسبة (14٪)؛ وتبين النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية بدورها المنوط بها في هذه العراقية، والذي يتهشي مع الأهمية المنوطة بالتلفاز كوسيلة اتصال تسهم في التثفيف وإيصال المعلومات للمتلقى.

جدول رقم (114) بوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز هيئة الدراسة على المشاركة في إنتخابات مجالس للحافظات العراقية

مجموح	عبوع		الدين		مدى إسهام العضائيات	
النسب	التكرارات		الإنات	الذكور		العراقية في تحفيز العينة على
المثوية		7.	عددالتكرارات	7.	مند التكرارات	المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية
57	38	27	18	30	20	تعم
43	28	14	9	29	19	צע
100	66	41	27	59	39	الجموع

يوضح الجدول رقم (115) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الدكور ومتوسط الإناث كأن اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (81.5٪). جدول رقم (115) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأعمية النسبة (الوزن المتوي) لمدى إسهام الفنوات الفضائية العراقية في تحقيز هيئة الدراسة على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأحمية	عموع	) النين	صلاح	مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية
النبية	التوسط	الإثاث	الذكور	في تحفيرً حيثة الدراسة حلى التشاركة في
P%	المساير	المترسط الحسابي	للتوسط الحساب	إنتخابات مجالس المحافظات المراقية
81.5	1.63	1.67	1.51	

س21: مصادر المعلومات التي أعتمدتها هينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (116) أن (التلفاز) جاء في المرتبة الأولى بين مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصل على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (37) تكراراً، كانت حصة اللاكور منها (20) تكراراً وينسبة (15٪)، وحصة الإناث منها (7) تكرارات وبنسبة (15٪)؛ بعده جاء في المرتبة الثانية (الأهل والاصدقاء) كمصادر للمعلومات أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، بمجموع (33) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (22) تكراراً وينسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات الذكور (14) تكراراً وينسبة (18٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة (الملصقات الانتخابية) بمجموع تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات الذكور (14) في المرتبة الدراسة في المرتبة المرتبة الدراسة في المرتبة المرتبة المراب بلغت (15) المعرفية بمجموع تكرارات بلغت (15)

تكراراً، كانت حصة الذكور منها (8) تكرارات وبنسبة (6٪)، وحصة الإناث منها (7) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ أما (الإقاعة) و(الانترنت) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بين مصادر المعلومات بمجموع تكرارات لكل منها يلغت (9) تكرارات كانت حصة الذكور منها (5) تكرارات وبنسبة (4٪)، وحصة الإناث منها (4) تكرارات وبنسبة (3٪)؛ فيما جدء المتغير (لا يوجد) في المرتبة السادسة بين مصادر المعلومات بمجموع (4) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (4) تكرارات وبنسبة (3٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للانث في هذه الإجابة؛ والنتائج أعلاه تؤكد الدور المؤثر للتلفاز في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق أعتباره المصدر الرئيس للمعلومات الذي أعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية .

جدول رقم (116) يوضح مصادر الملومات التي أعتمدتها عينة المدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع مجموع			الدين	ملاح	مصادر المعلومات التي أعتمضها	
النسب	التكرارات		ולאה		الذكور	عينة الدراسة في إختيار المرشحين
المثوية		χ.	حدد النكر ارات	7.	هدد التكرارات	لإنتخابات بجائس المحافظات العراقية
11	15	5	7	6	8	المحاب
7	9	3	4	4	5	الأذامة
28	37	13	17	15	20	العلقان
7	9	3	4	4	5	الأثترنت
19	24	8	10	11	14	الملصقات الانتخابية
25	33	8	11	17	22	الأمل والأصدقاء
3	4		_	3	4	لا يوچد
100	131	40	53	60	78	للجموع

يوضح الجدول رقم (117) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار اليالغ (4) وبنسبة اتفاق بلغت (61.7). جدول رقم (117) يوضح بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمصادر المعلومات التي أعتمدها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

الأمية	مجموع	الدين	مصادر المعلومات التي	
النبية	المتوسط	الإناث	الذكور	أحتمدتها حينة الدراسة في
Ρ%	الحسابي P%	التوسط المسابي	لكتوسط ألمسايي	إختيار المرشحين لإنتخابات
61.7	4.32	4.64	4.1	. عبالس المحافظات المراقية .

س22: مدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي قدمتها الفنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

هناك اتفاق متوسط كها بوضح الجدول رقم (118) عن طريق الإجابة (إلى حد ما) بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قدمتها الفنوات الفضائية العراقية عن إنتخابت مجالس المحافظات العراقية وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (30) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (17) تكراراً وينسبة (26٪)، وحصة الإناث منها بلغت (13) تكراراً وينسبة (20٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثنية الإجابة (نعم) أي وجود انفاق بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قلمتها الفنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يمجموع (19) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (9) تكرارات وينسبة (14٪)، أما عدد تكرارات الإجابة (كلا) أي علم تكرارات وبنسبة (15٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي علم وجود اتفاق بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية عين أراء عينة الدراسة والآراء التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية عين تكرارات الذكور وبنسبة (15٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات وبنسبة (15٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (15٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (51٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (51٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (51٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (51٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة

(6))؛ والنتائج أعلاه توضح أن عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين كانت تتفق بشكل متوسط في آرائها مع الآراء والقضايا التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنخابات محالس المحافظات العراقية مما يؤشر وجود تقارب إلى حدما في الآراء بين ما تقلمه هذه الفنوات الفضائية وبين آراء المشاهد العراقي .

جدول رقم (118) يوضح مدى اتفاق آراء هيئة الدراسة مع الآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية حن إنتخابات بجالس المحافظات العراقية

مجموع مجموع			الدين	مدى اتفاق آراء حينة الدراسة		
النسب	النكرارات	الإثاث		الذكور		مع الآراء التي قلمتها الْلنوات
المثوية		7.	عدد التكرارات	7.	عدد النكر ارات	الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات
						العراقية
29	19	15	10	14	9	تعبم
46	30	20	13	26	17	إلى حد ما
25	17	6	4	19	13	צצ
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (119) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإنث كان اكبر من معيار الإختبار البالغ (1.5) وبنسبة اتفاق بلغت (67.7).

جدول رقم (119) يوضح عجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قلعتها القنوات القضائية العراقبة عن إنتخابات بجالس للحافظات العراقية

الأهمية	مجموع	النين	صلاح	مدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع
النسية	المتوسط	الإناث	الذكور	الآراء التي قلعتها القنوات
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	الموسط العماي	الفضائية العراقية هن إنتخابات مناب المعنداد مناب اثبة
67.7	2.03	2.22	1.9	مجالس المحافظات المراقية

س23: الأسباب التي جعلت عينة الدراسة تتفق مع الآراء والقضايا التي قدمنها لك القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (120) أن أسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقلمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحاقظات العراقية كانت في المرتبة الاولى بسبب كونها (قريبة من واقع الانتخابات في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من المشكرارات بلغت (26) تكراراً، كانت حصة المذكور منها (14) تكراراً وبنسبة (19٪)، وحصة الإناث منها (12) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ بعده جه في المرتبة المثانية إعتقاد عينة المدراسة أن السبب في اتفاق آراء عينة المدراسة مع الآراء التي تقلمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان لأنها (قريبة من آرائهم) وبمجموع تكرارات بلغت (24) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (15) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (13٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات وبنسبة (8٪)؛ وجاءت في المرتبة المرابعة الإجابة (لأنني لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع تكرارات بلغت في المرتبة الرابعة الإجابة (لأنني لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع تكرارات بلغت (9)

تكرارات، كانت حصة الذكور منها (6) تكرارات وينسبة (8٪) وحصة الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن السبب الرئيس لاتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقلعها الفنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها قريبة من واقع هذه الانتخابات لكونها قنوات فضائبة عراقية والعاملين فيها من كوادر عراقية مما يجعلها قريبة من الواقع العراقي وتفهم ما يريده الفرد العراقي .

جدول رقم (120) يوضح أسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية حن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع مجموع			الفين	أسباب اتفاق آراء عينة		
النسب	التكرارات		الإثاث		الذكور	الدراسة مع الآراء التي
المثوية		7.	هدد النكولوات	7.	حلد النكو ازات	تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية
34	24	13	9	21	15	قويبة من آرائي
36	26	17	12	19	14	قريبة من واقع الانتخابات في العراق
12	9	4	3	8	6	لأنني لا أمتلك فكرة سابقة هن الموضوع
18	13	8	6	10	7	تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات
100	72	42	30	58	42	اللجموع

يوضح الجدول رقم (121) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (71.5٪).

جدول رقم (121) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الوزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) الأسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها المقنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس للحافظات العراقية

الأهمية	مجنوع	البين	صلاح	أسباب اتفاق آراء حينة اللراسة مع	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الآزاء التي تقدمها القنوات	
P%	الحسابي %	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	الفضائية العراقية من إنتخابات	
71.5	2.86	2.8	2.88	مجالس المحانظات العراقية	

سُ 24: الأسباب التي جعلت عينة الدراسة لا تتفق مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات عجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (122) أن أسباب عدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنرات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الأولى بسبب كونها (ليست قريبة من واقع الانتخابات في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (9) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (7) تكرارات وبنسبة (62٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (7٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة أن السبب في عدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تفلمه القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان لأنه اليست قريبة من آرائي) وجاءت بمجموع (8) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (7) ثكرارات وبنسبة (4٪)؛ أما عدد تكرارات الإجابة (لأنني أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع (6) تكرارات وبنسبة (18٪)، أما المرتبة الشائة فكانت من حصة الإجابة (لأنني أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع (6) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (7) وجاءت في المرتبة الرابعة الرابعة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (لا تسهم يزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت بها المنتخابات) بمجموع تكرارات بلغت المرتبة الرابعة الرابعة الرابعة الرابعة الرابعة (لا تسهم يزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (4)

تكرارات، كانت حصة الذكور منها (3) تكرارات وبنسبة (11٪) وحصة الإناث منها تكراراً واحداً وبنسبة (4٪)؛ والتناتج أعلاه توضح أن السبب الرئيس لعدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخبات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها ليست قريبة من واقع الانتخابات في العراق رغم كونها قنوات فضائية عراقية والعاملين فيها من كوادر عراقية والذي جعلها بعيدة عن الواقع العراقي ولرتفهم ما يريده الفرد العراقي.

جدول رقم (122) يوضح أسباب عدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع مجموع		الدين	صلاح	أسباب عدم اتفاق آراء عبنة	
النسب	النكرارات		الإناث		الذكور	الدراسة مع الآراء التي
المثوية		7.	عدد التكوارات	Z	عدد التكرارات	تقدمها القنوات الفضائية المراقبة من إنتخابات مجالس المحافظات المراقبة
30	8	4	1	26	7	ليست قريبة من آرائي
33	9	7	2	26	7	ليست قريبة من واقع الانتخابات في المراق
22	6	4	1	18	5	لأنني أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع
15	4	4	1	11	3	لا تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات
100	27	19	5	81	22	المجموع

يوضح الجدول رقم (123) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2.5) وبنسبة اتفاق بلعت (69.5٪).

جدول رقم (123) بوضح بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) الأسباب عدم اتفاق آراء حيثة البحث مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية حن إنتخابات مجالس للمعافظات العراقية

الأهية	مجموع	الدين	صلاح	أسباب حدم اتفاق آراء حيثة
النسبية 2004	المتوسط	الإثاث	الذكور	البحث مع الأراء التي تقلمها
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحساب	القنوات الفضائية المراقية عن
69.5	2.78	2.6	2.82	إنتخابات مجالس المحافظات
				المراقية

س25: تقييم عينة البحث للتغطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية في القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (124) أن تقييم عينة البحث في عافظة صلاح الدين للتغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية والخاصة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة)، إذ حصلت على المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (29) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (15) تكراراً وبنسبة (23٪)، وحصة الإناث منها بلغت (14) تكراراً وبنسبة (21٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (شاملة إلى حد ما) والتي وجدت فيها عينة الدراسة أن التغطية الإعلامية التي قدمته القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة إلى حد ما) بمجموع (27) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (18) تكراراً وبنسبة (27٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (9) تكرارات وينسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من

حصة الإجابة (غير شاملة) أي أن التغطية الإعلامية التي قامتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية كانت (غير شاملة)، بمجموع (10) تكوارات، بلغت تكوارات الذكور (6) تكوارات وبنسبة (9٪)، أما تكوارات الإنث فقد بلغت (4) تكوارات وينسبة (6٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين وجلت أن التغطية الإعلامية التي قلمتها القوات الفضائية العراقية لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة) وهذا يؤشر فاعلية عمل القنوات الفضائية العراقية المراقية العراقية العراقية لدئ عينة الدراسة في صلاح الدين في قضية تعد أحدى أهم قضايا الرأي العام والتي تمهد لبناء المستقبل في العراق وفي المجالات كافة.

جدول رقم (124) يوضح تقييم حينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

مجموع	بجسوع		الدين	صلاح		تقييم حينة الدراسة للتغطية	
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		الأحلامية التي قدمتها	
المثوية		حددالتكوارات ٪		7.	عدد التكرارات	المقنوات الفضائية العراقية	
						لإنتخابات مجالس	
,						المحافظات المراقية	
44	29	21	14	23	15	شاملة	
41	27	14	9	27	18	شاملة إلى حدما	
15	10	6	4	9	6	غير شاملة	
100	66	41	27	59	39	الجموع	

يوضح الجدول رقم (125) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2.5) وينسبة انفق بلغت (76.3).

جدول رقم (125) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لتقييم حينة الدراسة للتغطية الاحلامية التي قلعتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات بجالس للحافظات العراقية

الأمية	مجموع	الدين	صلاح	تقييم حينة الدراسة للتغطية
النسبية	المتوسط	الإنات	الة.كور	الاحلامية التي قدمتها
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	القنوات الفضائية العراقية
76.3	2.29	2.37	2.23	لإنتخابات مجالس المحافظات المراقية
				المعادد المرابية

س26: مدى حدوث مناقشات داخل عوائل هينة الدراسة عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق متابعة التغطية الإعلامية لها:

يوضح الجدول رقم (126) أن النغطية الإعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية قد سببت حدوث نقش داخل عوائل عبنة الدراسة، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجبة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (42) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (25) تكراراً وبنسبة (38٪)، وحصة الإناث منها بلغت (17) تكراراً وبنسبة (78٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي حدوث نوعاً ما نقاش داخل عوائل عيئة الدراسة بسبب ما قدمته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (13) تكرارات وبنسبة العراقية عدد تكرارات وبنسبة (6٪)؛ أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (4) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ أما المرتبة التالئة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم وجود تأثير للتغطية الإعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في حدوث نقش القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في حدوث نقش داخل عوائل عينة الدراسة وبمجموع (11) تكراراً، بلغت تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث وقد بلغت تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث وتلامة علية المرات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث وتلامة عدل المناثقة المؤلوات ونسبة (6٪)؛

والنتائج أعلاء توضح أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة صلاح الدين قد تأثرت بها قدمته القنوات الفضائية العراقية محل إنتخابات مجالس المحافظات العراقية مما أدئ إلى حدوث نقاشات داخل عوائل عينة الدراسة والذي يؤشر وجود إرتباط وتأثير فعال للقنوات الفضائية العراقية في هذا المجال.

جدول رقم (126) يوضح مدى حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات بجالس للحافظات العراقية

مجموع	عموع		الدين	مدى حدوث نقاش بين		
النب	التكرارات		ועיוט	الذكور		عينة الدراسة وأسرهم بناء
المثوية		7.	حلد التكرارات	علد ٪ التكوارات		على مثابعة النغطية الاعلامية إنتخابات مجالس المحافظات العراقية
64	42	26	17	38	25	نعم
20	13	6	4	14	9	إلى حد ما
16	11	9	6	7	5	ΣK
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (127) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الدكور ومتوسط الإدث كأن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (82.3٪). جدول رقم (127) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى حدوث نقاش بين عينة المدراسة وأسرهم بناء على متابعة النقطية الاعلامية الني قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس للحافظات المراقية

مجموع	اللين	صلاح	مدى حدوث نقاش بين صينة
المتوسط	الإنات	الذكور	الدراسة وأسرهم بناء حلى
الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	متابعة التغطية الاعلامية
2.47	2.41	2.51	لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية
	المتوسط الحسابي	الإثاث المتوسط المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي المتوسط الحسابي

س27: مدى أعتباد معلومات ومتاقشات عينة الدراسة عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية:

يوضع الجدول رقم (128) أن عينة الدراسة اعتمدت (إلى حدما) في معلوماته ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، إذ حصلت الإجابة (إلى حدما) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (26) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، بلغ عدد تكرارات الذكور (13) تكراراً وبنسبة (20/)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (13) تكراراً وبنسبة (20/)؛ جاءت بعده وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي أن عينة الدراسة أعتمدت في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية بمجموع تكرارات بلغت (24) تكراراً، كانت حصة الذكور منها المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم أعتهاد عينة المدراسة في معلوماتها المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم أعتهاد عينة المدراسة في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، بمجموع (16) تكراراً، بلغت تكرارات وينسبة (17)؛ يتضح من النتائج الفضائية العراقية، بمجموع (16) تكراراً، بلغت تكرارات وينسبة (7٪)؛ يتضح من النتائج

أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة قد اعتمدت بشكل متوسط عن طريق الإجابة (إلى حدما) في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات العضائية العراقية وهذا يؤكد دور القنوات الفضائية العراقية الايجابي في هذه الانتخابات.

جدول رئم (128) يوضح مدى احتهاد حينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن للشاركة في إنتخابات مجالس للحافظات المراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية

مجموع	عبوع	صلاح الدين				مدى اعتباد حينة الدراسة في
النسي	التكرارات		الإناث	الذكور		مناقشاتها ومعلوماتها حن المشاركة
المتوية		7.	حلد	% sie		في إنتخابات مجالس المحافظات المانية من المانية الم
			التكرارات		الثكوارات	العراقية بها عرضته القنوات الفضائية
						العراقية
37	24	14	9	23	15	تعم
40	26	20	13	20	13	إلى حد مة
23	16	7	5	16	11	ΝS
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (129) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (70.7٪).

جدول رقم (129) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى اعتباد حيثة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها حن للشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية

الأهية	مجموع	اللئين	صلاح	مدى احتياد عينة الدراسة في
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	مناقشاتها ومعلوماتها حن للشاركة
P%	الحسابي	المتوسط الحساب	المتوسط الحسابي	في إنتخابات مجالس للحافظات
70.7	2.12	2.15	2.1	العراقية بها عرضته الْقتوات الفضائية العراقية

س28: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين الفناعة لمدى عينة الدراسة في أنتخاب مرشح معين:

يوضح الجدول رقم (130) أن القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين، إذ حصلت الإجابة (كلا) عن أعلى مجموع تكرارات بلغت (31) تكراراً، وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى، بلغت تكرارات الذكور (21) تكراراً وبنسبة (32٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (15٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في تكوين القناعة لمدى عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين، بمجموع (18) تكرارات الإناث فقد بلغ (8) تكرارات وبنسبة تكرارات وبنسبة (15٪)؛ أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (8) تكرارات وبنسبة (12٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين، بمجموع تكرارات بلغ (17) تكرارات وبنسبة (14٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن القنوات وبنسبة (41٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين، معين الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين، معين الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين القناعة لمدى عينة المدواسة بانتخاب مرشح معين

وأنعدم تأثيرها في هذا المجال بما يدل على فقدان التأثير المطلوب من قبل القنوات الفضائية العراقية في المتلقي العراقي كما أنه في الوقت نفسه يؤشر حالة أيجابية تتمثل في عدم دعوتها لانتخاب جهة معينة والأنحياز إلى جانب فئة معينة .

جدول رقم (130) يوضع مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدى عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين

مجموع	مجموع		الدين	مدى إسهام القثوات		
النسب	المتكرارات		ועיוט	الذكور		الفضائية العراقية في
المثوية		7.	ملد	7.	حلدالتكواوات	تكوين القناعة لدى عينة
1			التكوارات			اللراسة بانتخاب مرشع
				12		ممين
26	17	14	9	12	8	تمم
27	18	12	8	15	10	إلى حد ما
47	31	15	10	32	21	צע
100	66	41	27	59	39	الجموع

يوضح الجدول رقم (131) أن المتوسط الحسابي المعام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البائغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (59.7٪). جدول رقم (131) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدى عينة الدراسة بانتخاب مرشح معين

مجموع	الدين	صلاح	مدى إسهام القنوات
المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية العراقية في
اخسابي	للتوسط الحسابي	التوسط المسابي	تكوين القناعة لدى عينة المساحة المساد
1.79	1.96	1.67	الدراسة بانتخاب مرشح معين
	المتوسط الحسابي	الإثاث المتوسط الحسابي المحسط الحسابي	الذكور الإناث المتوسط الحسابي المتوسط الحسابي التوسط الحسابي التوسط الحسابي التوسط الحسابي المتوسط ال

س29: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (132) أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (34) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (20) تكراراً وينسبة (30٪)، وحصة الإناث منها بلغت (14) تكراراً وينسبة (21٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدماً) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع (22) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وينسبة (21٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (8) تكرارات وبنسبة (12٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لرتسهم في النعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع تكرارات بلغ (10) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (5) تكرارات وبنسبة (8٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (8٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط عن طريق الإجابة (إلى حد ما) في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وانعدم من ثمَّ تأثيرها في هذا المجال بما يؤكد عدم وجود دور للقنوات الفضائية العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات والتعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين فيها .

جدول رقم (132) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين

مجسوع	مجموع		النين	مدى إسهام القنوات		
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	لفضائية العراقية في
المثوية		7.	% s.le		علد	التعريف بالبرثامج
			التكرارات		التكرارات	الاتتخابي للمرشحين
51	34	21	14	30	20	لعم
33	22	12	8	21	14	إلى حد ما
16	10	8	5	8	5	کلا
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (133) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (77.3٪). جدول رقم (133) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين

الأهبة	عبموع	الدين	مدى إسهام القنوات	
النبية 2004	المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية العراقية في
P%	<del>آ</del> ۔ اور	للتوسط الحسابي	التوسط الحسابي	التمريف بالبرقاميج المادة قد المدادة عدده
77.3	2.32	2.33	2.38	الاتتخابي للموشعمي <i>ن</i>

س30: الأهتهامات الني أثارتها القنوات الفضائية العراقية عن طريق التفطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

أولاً: الدعوة إلى عدم المشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول رقم (134) أن القنوات الفضائية العراقية لمر تقُم بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الاولى، بمجموع تكرارات بلغت (38) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (20) تكراراً وبنسبة (30٪)، وحصة الإناث منها بلغت (18) تكراراً وبنسبة (27٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنرات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (21) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (15) تكراراً وبنسبة (23٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (6) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (7) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (4) تكرارات وبنسبة (6٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لرتقم بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات .

جدول رقم (134) بوضح مدى دعوة القنوات القضائية العراقية لعينة الدراسة إلى عدم المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية عن طريق النغطية الإعلامية لها

مجموع	مجموع		النين	صلاح		مدى دعوة القنوات الفضائية العراقية
النسب	التكوارات		الإثاث		الذكور	لعينة الدراسة إلى حدم المشاركة في
المثوية		7.	فلد	علد ٪		إنتخابات بجالس المحافظات العراقية
			التكوارات		التكوارات	من طريق التغطية الأملامية لها
11	7	5	3	6	4	تعم
32	21	9	6	23	15	إلى حدما
57	38	27	18	30	20	צא
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (135) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (51٪). جدول رقم (135) بوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المكوي) لمدى دهوة الفنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات الاعلامية لما

الأهمية	مجسوع	الدين	مبلاح	مدى دحوة القوات الفضائية
النسية	المتوسط	الإناث	الذكور	العراقية لعينة الدراسة إلى حدم
Р%	الحسابي	المتوصط الحسابي	للتوسط الحسابي	الشاركة في إنتخابات بجالس
51	1.53	1.44	1.59	المحافظات العراقية عن طريق
				التغطية الاعلامية لما

ثانياً: الدعوة والتحفيز على المشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول رقم (136) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة والتحفيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في ضوء تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات، بلغت (46)، تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، بلغت تكرارات الذكور (27) تكراراً وبنسبة (41٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (19) تكراراً وبنسبة (29٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثنية كل من الإجابة (إلى حدما) والإجابة (كلا) وقد تساوتاً بمجموع التكرارات والتي بلغت (10) تكرارات لكل منها، كانت حصة الذكور في الإجابة (إلى حدما)، (4) تكرارات وبنسبة (6٪)، وحصة الإناث منها (6) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ أم حصة الذكور في الإجابة (كلا) فقد بلغت (8) تكرارات وبنسبة (12٪) وبلغت حصة الإناث منها تكرارين وبنسبة (3٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية قمت بالدعوة والتحقيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق ما قلعنه من تغطية إعلامية لهذه الانتخابات.

جدول رقم (136) يوضع مدى دعوة وتحفيز الفنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية لها

عموع	عموع		الدين	صلاح		مدى دهوة وتحفيز القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى المشاركة في
النسب	التكوارات		الإناث	الذكور		
المثوية		7.	علد التكولوات	7.	هد التكوارات	إنتخابات مجالس المحافظات المراقية من طريق التغطية الاعلامية لها
70	46	29	19	41	27	نعم
15	10	9	6	6	4	إلى حد ما
15	10	3	2	12	8	345
100	66	41	27	59	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (137) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (85٪).

جدول رقم (137) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى دعوة وتحفيز القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى للشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التفطية الاعلامية لها

الأحمية	مجموع	الدين	صلاح	مدى دعوة وتحفيز الفنوات
النسية	المتوسط	الإثاث	الذكور	الفضائية المراقية لعينة اللواسة
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	إلى المشاركة في إنتخابات مجالس
85	2.55	2.63	2.49	المحافظات العراقية عن طريق التغطية الاعلامية لها

ثالثاً: الدعوة إلى إختيار قائمة مرشحة معينة والتحيز اليها بشكل مباشر:

يوضح الجدول رقم (138) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بدعوة عبنة الدراسة الإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز إليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (28) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (11) تكراراً وبنسبة (16٪)، وجاءت في المرتبة الأولى؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثائية الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لم تقم بدعوة عينة الدراسة إلى إختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز إليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية فلم الانتخابات، بمجموع (21) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور منها (15) تكراراً وبنسبة الانتخابات، بمجموع (21) تكراراً وبنسبة المتعاربة المائية العراقية قامت بشكل فكانت من حصة الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بدعوة عينة المدراسة الإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز إليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية المده الانتخابات، بمجموع تكرارات بلغت (15) تكرارات وبنسبة (11٪)، العراقية والتحيز إليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية المده الانتخابات، بمجموع تكرارات بلغت (17) تكرارات وبنسبة (11٪)،

وحصة الإناث منها (10) تكرارات وينسبة (15٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز إليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، ويؤشر هذا نقطة سلبية في مسيرة عمل القنوات الفضائية العراقية وفي العمل الإعلامي العراقي.

جدول رقم (138) يوضح مدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز البها مباشرة عن طريق التغطية الاعلامية

مجموح	مجموع		صلاح الدين			مدى دحوة القنوات الفضائية
السب	التكرارات	الإناث		الذكور		العراقية لعينة الدراسة لإختيار
المثوية		7.	حدد التكوارات	7.	ملد النكرارات	قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة هن طريق النفطية الاعلامية
42	28	16	11	26	17	نمم
26	17	15	10	11	7	إلى حد ما
32	21	9	6	23	15	کلا
100	6 <b>6</b>	40	27	60	39	المجموع

يوضح الجدول رقم (139) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (70.3٪).

جدول رقم (139) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى دعوة الفنوات الفضائية العراقية لعينة المداسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق النفطية الاعلامية

الأمية	مجموع	الدين	صلاح	مدى دعوة القنوات الفضائية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	العراقية لعيتة الشراسة لإختيار
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	التوسط الحسابي	قائمة معينة مرشعة في إنتخابات
70.3	2.11	2.19	2.05	مجالس للحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة هن طريق
				والتحير اليها لياصره من طريق التفطية الاعلامية

رابعاً: التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات وبرامج المرشحين:

يوضح الجدول رقم (140) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التغطية الإعلامية لها، إذ حصلت الإجابة (إلى حد ما) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (29) تكراراً، كانت حصة الذكور منها الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً وبنسبة (23٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي إن القنوات الفضائية العراقية قامت بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها عن طريق التغطية الإعلامية لها، بمجموع (27) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (15٪)؛ أما عدد تكرارات الإعلامية العراقية لر تقم المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لر تقم بالتعريف بإنتخابات بحالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية لها، بمجموع (10) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة الإعلامية لها، بمجموع (10) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة الإعلامية لها، بمجموع (10) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة الإعلامية لها، بمجموع (10) تكرارات، بلغت تكرارين وينسبة (3٪)؛ والنتائج أعلاه توضح

أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية لها بما جعلها تؤدي (إلى حد ما) الدور الإعلامي والتثقيفي في العملية الانتخابية وتنوير الرأي العام بهاهية الانتخابات وخصوصاً إنتخابات مجالس المحافظات لكونها تجربة حديثة على المجتمع وفق القائمة المفتوحة في انتخاب المرشحين.

جدول رقم (140) يوضح مدى قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج للرشحين قيها عن طريق التفطية الأعلامية غا

مجموع	مجموع		الدين	مدى لميام القنوات الفضائية		
النسب	التكرارات		الإناك		الذكور	العراقية بالتعريف بإنتخابات
المثنوية		%	عدد التكرارات	7.	عدد اككرارات	بمالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها من طريق التغطية الاعلامية لها
41	27	15	10	26	17	ثعم
44	29	23	15	21	14	إلى حد ما
15	10	3	2	12	8	צע
100	66	41	27	59	39	الجمرع

يوضح الجدول رقم (141) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (75.3٪).

جدول رقم (141) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (للوزون) والأهمية النسيبة (الوزن المثوي) لمدى قيام القنوات الفضائية المرائية بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التفطية الاعلامية لها

الأعمية	مجنوع	الدين	صلاح	مدى قيام القنوات الفضائية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	العراقية بالتعريف بإنتخابات
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	عماليس المحافظات المراقية أسال مستدرا
75.3	2.26	2.3	2.23	وبرامج المرشحين قيها عن طريق التغطية الاحلامية لها

س31: الأساس الذي أعتمد عليه الذين شاركوا في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في إختيار مرشحهم:

يوضح الجدول رقم (142) أن الأساس الذي أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية غمثل بالمرتبة الأولى في (العلاقات الشخصية)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات يلفت (21) تكراراً، كانت حصة الأذكور منها (16) تكراراً وبنسبة (27٪)، وحصة الإناث منها (5) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية (الولاء الديني) كأساس أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (13) تكراراً، بلغ هدد تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (13٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (5) تكرارات وبنسبة (8٪)؛ وجاءت في المرتبة الثائة (المرتامج الانتخابي للمرشح) كأساس أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع تكرارات بلغت (11) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (13٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (3) تكرارات وبنسبة (3٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (3) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (الولاء الحزبي السياسي) كأحدئ الأسس التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات بعائس المحافظات العراقية، بمجموع (9) تكرارات، بلغت تكرارات المؤلفات العراقية، بمجموع (9) تكرارات، بلغت تكرارات المنتخابات بحائس المحافظات العراقية، بمجموع (9) تكرارات، بلغت تكرارات

الذكور (3) تكرارات وينسبة (5٪)، أما تكرارات الإناث فقد يلغت (6) تكرارات وينسبة (10٪)؛ في حين جاءت الإجابة (وجهة المنظر التي رسختها القنوات الفضائية العراقية) في المرتبة الخامسة كأحدى الأسس التي اعتملتها عينة المدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، بمجموع تكرارات بلغت (6) تكرارات، كانت حصة الذكور منها تكرارا واحداً وينسبة (2٪) وحصة الإناث منها (5) تكرارات وبنسبة (8٪)؛ ولم يتم تسجيل أي تكرار للمتغير (أخرى تذكر)؛ والنتائج أعلاء تبين أن الأساس الذي أعتمدته عينة المدراسة في إختيار المرشح الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان في الدرجة الأولى (العلاقات الشخصية) والذي حصل على المرتبة الأولى، في حين جاء ترتب الإجابة (وجهة النظر التي رسختها القنوات الفضائية العراقية) في المرتبة الحامسة على يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في التأثير على المناخب العراقي في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية .

جدول رقم (142) يوضع الاساس الذي اعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشع لإنتخابات مجالس للحافظات المراقية

مجموع	مجموع		النين	صلاح		الأساس الذي اعتمدته عيثة
النب	التكرارات		الإناث	الذكور		الدراسة في إختيار المرشح
المئوية		7.	عندالتكرارات	7.	عدد التكرارات	لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية
18	11	5	3	13	8	البرتامج الانتخابي للمرشح
36	21	9	5	27	16	العلاقات الشخصية
15	9	10	6	5	3	الولاء الحزبي السياسي
21	13	8	5	13	8	الولاء الديني
10	6	8	5	2	1	وجهة النظر التي رسختها لديك القنوات الفضائية العراقية
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
100	60	40	24	60	36	المجموع

يوضح الجدول رقم (143) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الأذاث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (3.5) وبنسبة اتفاق بلغت (63.3).

جدول رقم (143) يوضح بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للاساس الذي اعتمدته حيثة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأحبة	مجموع	الدين	الاساس الذي احتمدته	
النبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	هينة الدراسة في إختيار
Р%	الحسابي	المتوسط الحسابي	للتوصط الحسابي	المرشح لإنتخابات مجالس السانزال مالم الا
63.3	3.8	3.88	3.75	المحافظات العراقية

س32: تقييم التفطية الإخبارية فلقنوات الفضائية العراقية في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (144) أن القنوات الفضائية العراقية كانت متعيزة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت الإجابة (متحيزة) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (33) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (24) تكراراً وبنسبة (36٪)، وحصة الإناث منها (9) تكرارات وبنسبة (14٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الشنية أن القنوات الفضائية العراقية كانت (حيادية) في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (31) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ وجاءت في المرتبة الإجابة (غير مهتمة) أي أن القنوات الفضائية العراقية كانت غير مهتمة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع تكرارين، بلغت تكرارات الذكور تكراراً واحداً وبنسبة (2٪)، أما الإناث فقد بلغت تكرارين، بلغت تكرارات الذكور تكراراً واحداً وبنسبة (2٪)، أما الإناث فقد بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (1٪)؛ والمنتائج أعلاه تبين أن القنوات الفضائية العراقية كانت متحيزة في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وهذا يؤشر نقطة متحيزة في مسيرة عمل القنوات الفضائية العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية العراقية وخصوصاً القنوات الفضائية العراقية .

جدول رقم (144) يوضع كيفية تعامل القنوات الفضائية العراقية في تفطيتها لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجنوع	مجموع		النين	صلاح		كيفية تعامل القنوات
السب	التكرارات		וולטה	الذكور		الفضائية العراقية في
المثوية		7.	عدد التكرارات	χ.	عدد التكوارات	تغطيتها لإنتخابات بجالس المحافظات المراقية
47	31	26	17	21	14	حيادية
50	33	14	9	36	24	متحيزة
3	2	1	1	2	1	غير مهتمة
100	66	41	27	59	39	المموح

يوضح الجدول رقم (145) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإنث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (81.7). جدول رقم (145) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لكيفية تمامل الفنوات الفضائية المراقية في تمطيتها لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

الأمية	مجبوع	اللين	حيلاح	كيفية تعامل الغنوات الفضائية	
النبية	المتوسط	الإناث	الذكور	العراقية في تغطيتها لإنتخابات	
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	مجالس المحافظات العراقية	
81.7	2.45	2.59	2.36		

# ثالثاً: توصيف بيانات المُشاهدة لعينة الدراسة / عافظة البصرة:

### س1: مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (146) أن أعلى مجموع تكرارات كان من حصة المتعرف بشكل غير منتظم (أحياناً)، إذ بلغت (87) تكراراً كانت حصة الذكور في مدينة البصرة (61) تكراراً وبنسبة (44٪)، أما عدد تكرارات الإتاث فقد بلغت (26) تكراراً وبنسبة (19٪)، وهذا يدل على أن هناك تعرضاً غير منتظم للقنوات الفضائية العراقية لدى الجمهور العراقي والذي يعني أن القنوات الفضائية العراقية لحد الآن لم تستطع كسب المشاهد العراقي مما يجعله يلجأ للقنوات الفضائية العربية والأجنبية؛ أما المتعرض بأنتظام أي (دائم) فقد جاء في المرتبة الثانية، بمجموع (33) تكراراً، إذ بلغت تكرارات المذكور في مدينة البصرة (23) تكراراً وينسبة (16٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ وأقل مجموع تكرارات بلغ (20) تكراراً، كان من حصة عدم التعرض (أبداً) والذي جاء في المرتبة الثالثة، إذ بلغ عدد تكرارات المذكور في مدينة البصرة (14) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (6) تكرارات وبنسبة (4٪)، وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب أعلاء، يتضح من الجدول أعلاء أن تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية قليل إلى حد ما وذلك من الإجابة العراقية المراقية ا

	مجموع	مجموع		-ر-	مدى التعرض		
	النسب	التكرارات	الإناث		الذكور		للقنوات
Ľ	المثوية		7.	عددالتكرارات	7.	عدد التكرارات	الفضائية العراقية
	23	33	7	10	16	23	دائهاً
	63	87	19	26	44	61	أحياناً
	14	20	4	6	10	14	أبدآ
	100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (147) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (69.7٪). جدول رقم (147) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) كتمرض عينة اللواسة للقنوات الفضائية العراقية

الأشية	عبوع	<b>بر</b> ة	مدى التعرض للقنوات		
النبية 2004	المتوسط	الإناث	الذكور	الغضائية العرائية	
P%	الحساب	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي		
69.7	2.09	2.09	2.09	1	

.2: القنوات الفضائبة العراقية الأكثر مشاهدة للى عينة الدراسة:

يتضح من الجدول رقم (148) أن قناة (العراقية) هي أكثر القنوات الفضائية العراقية الني يتعرض لها المبحوثون في عينة المدراسة لمحافظة المبصرة، إذ حصلت على المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (81) تكراراً، كانت حصة الذكور (56) تكراراً وبنسبة (12٪) وبلغت حصة الإناث منها (25) تكراراً وينسبة (5٪)؛ جاءت بعدها في المرتبة الثانية قياة (الشرقية) بمجموع تكرارات بلغت (72) تكراراً، كانت حصة الذكور

منها (49) تكراراً وينسبة (10٪) ويلغت حصة الإناث منها (23) تكراراً وبنسبة (5٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة قناة (السومرية) بمجموع تكرارات بلغت (59) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (41) تكراراً وينسبة (9٪) وبلغت حصة الإناث منها (18) تكراراً وبنسبة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة قناة (البغدادية) بمجموع تكرارات بلعت (40) تكراراً، كانت حصة الذكور متها (30) تكراراً وبنسبة (6٪) ويلغت حصة الإناث منها (10) تكرارات وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة الخامسة قدة (القيحاء) بمجموع تكرارات بلغت (31) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (22) تكراراً وبنسبة (5٪) وبلغت حصة الإناث منها (9) تكرارات وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة السادسة قناة (الديار) بمجموع تكرارات بلغت (21) تكراراً، كانت عدد تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (4٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (4) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة السابعة قناة (الفرات) بمجموع تكرارات بلغت (16) تكراراً، كأنت حصة الذكور منها (13) تكراراً وبنسبة (3٪) وبلغت حصة الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الثامنة قناة (الحرية) بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (10) تكرارات وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها (5) تكرارات وينسية (1٪)؛ وجاءت في المرتبة التاسعة قناتا (دجلة) و(بغداد) بمجموع تكرارات بلغت (14) تكراراً لكل منهيا، كانت عدد تكرارات الذكور لقناة دجلة (8) تكرارات وبنسبة (2٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (6) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة بغداد فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (1٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (7) تكرارات وينسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة العاشرة قناة (البابلية) بمجموع تكرارات بلغت (12) تكراراً كانت حصة الذكور منها (8) تكرارات وبنسبة (2٪) ويلغت حصة الإناث منها (4) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وتقاسمت كل من قناتا (اهل البيت) و(الرشيد) المرتبة الحادية عشرة

بمجموع تكرارات بلغت (11) تكراراً لكل منها، كانت عدد تكرارات الذكور لقناة اهل البيت (8) تكوارات وينسبة (2٪) ويلغت عدد تكوارات الإناث منها (3) تكوارات وبنسبة (1٪)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة الرشيد فقد بلغت (9) تكرارات وبنسبة (2٪) وبلعت تكرارات الإناث أثنين وينسبة (0.4٪)؛ وجاءت في المرتبة الثانية عشرة قدة (بلادي) بمجموع تكرارات بلغت (10) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (8) تكرارات وبنسبة (2٪) وبلغت حصة الإناث منها تكرارين وبنسبة (0.4٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة عشرة قناة (صلاح الدين) بمجموع تكرارات بلغت (8) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (7) تكرارات وبنسبة (1٪) وبلغت حصة الإناث منها تكراراً واحداً وبنسبة (0.2٪)؛ وجاءت قناة (السلام) في المرتبة الرابعة عشرة بمجموع تكرارات بلغت (7) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (4) تكرارات وبنسبة (1٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (3) تكرارات وبنسبة (1٪)؛ وجاءت في المرتبة الخامسة عشرة قنات (العهد) و(المسار) بمجموع تكرارات بلغت (6) تكرارات لكل منهيا، كانت عدد تكرارات الذكور لقناة العهد (5) تكرارات وبنسبة (1٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها تكراراً واحداً وبنسبة (0.2٪)؛ أما عدد تكوارات الذكور لقناة المسار فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (1٪) ويلغت عدد تكرارات الإناث منها تكراراً واحداً وبنسبة (0.2)؛ وجاءت في المرتبة السادسة عشرة القنوات (عشتار والراي والرافدين) بمجموع تكرارات بلغت (5) تكرارات لكل منها، كانت عدد تكرارات الذكور لقناة عشتار تكرارين وبنسبة (0.4٪) وبلغت عدد تكرارات الإناث منها (3) تكرارات ونسبة (1٪)؛ أما عدد تكرارات المذكور لقناة الراي فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (1٪) ولم يتم تسجيل أي تكرار للإناث في هذه القناة؟ أما عدد تكرارات الإناك لقناة الرافدين (5) تكرارات وبنسبة (1٪) ولريتم تسجيل أي تكرار للذكور في هذه القناة؛ وحاءت في المرتبة السابعة عشرة القنوات (آشور والعراق الاقتصادية) بمجموع تكرارات بلغت (4)

تكرارات لكل منها، بلغ عدد تكرارات الذكور لقتاة آشور تكرارين وينسبة (0.4) وبلغت عدد تكرارات الذكور وبلغت عدد تكرارات الإناث منها تكرارين وينسبة (1.4)؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة العراق الاقتصادية فقد بلغت (3) تكرارات وينسبة (1.1) وبلغت عدد تكرارات الإناث منه تكراراً واحداً وينسبة (0.2)؛ وجاءت في المرتبة الثامنة عشرة القنوات (كوردسات والغدير وآفاق) بمجموع تكرارات بلغت (3) تكرارات لكل منها، بلغ عدد تكرارات الذكور لقناة كوردسات (3) تكرارات وينسبة (1.1) ولم يتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الإناث لقناة الغدير بلغت (3) تكرارات وبنسبة (1.1) ولم يتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ أما عدد تكرارات الذكور لقناة الغدير بلغت (3) تكرارات الذكور لقناة الغدير بلغت (3) تكرارات وبنسبة (1.1)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للاناث في هذه القناة؛ وجاءت في المرتبة التاسعة عشرة قناة (المعارف) بمجموع تكرارات بلغت تكرارين، كنت حصة الذكور منها تكرارين وبنسبة (0.0٪) ولم يتم تسجيل أي تكرارات للإناث في هذه للإناث في هذه القناة.

جدول رقم (148) يوضح القنوات الفضائية العراقية التي يُفضل مشاهدتها لدى عينة الدراسة

مجموع	مجموع		å	لأبصر		القنوات الفضائية	ت
النسب	التكرارا		الإناث		الذكور	العراقية التي	
المئوية	ಘ	7.	عند	7.	عند	تشاهدها المينة	
			التكرارات		التكرارات		
17	81	5	25	12	56	العراقية	1
15	72	5	23	10	49	الشرقية	2
13	59	4	18	9	41	المسوموية	3
8	40	2	10	6	30	البغدادية	4
7	31	2	9	5	22	القيحاء	5
5	21	1	4	4	17	الديار	6
4	16	1	3	3	13	القوات	7
3	15	1	5	2	10	الحرية	8
3	14	1	6	2	8	دجلة	9
2	14	1	7	1	7	بغداد	9
3	12	1	4	2	. 8	البايلية	10
3	11	1	3	2	8	اهل البيث	11
2.4	11	0.4	2	2	9	الرشيد	11
2.4	10	0.4	2	2	8	بلادي	12
1.2	8	0.2	1	1	7	صلاح الدين	13
2	7	1	3	1	4	السلام	14
1.2	6	0.2	1	1	5	المهد	15
	<u> </u>						

417							
1.2	6	0.2	1	1	5	المسار	15
1	5	-	-	1	5	الراي	16
1.4	5	1	3	0.4	2	عشتار	16
1	5	1	5	-	-	المر افلين	16
8.0	4	0.4	2	0.4	2	آشوو	17
1.2	4	0.2	1	1	3	العراق الاقتصادية	17
1	3	1	-	1	3	كوردسات	18
1	3	1	3	•	-	الغدير	18
1	3	-	-	1	3	آفاق	18
0.4	2	-	-	0.4	2	المدارف	19
100	468	31	141	71. 2	327	المجموع	

س3: أسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية:

يبين الجدول رقم (149) أن أهم أسباب مُشاهدة القنوات الفضائية العراقية 
تتمثل في (التعرف على مستجدات الأحداث) إذ حصلت على أعلى مجموع تكرارات بلغت 
(54) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (43) تكراراً وبنسبة (25٪)، أما عدد 
تكرارات الإماث فقد بلغ (11) تكراراً وبنسبة (6٪)، وبغلك حصلت على المرتبة الأولى؛ 
ثم جاءت في المرتبة الثانية الإجابة (أكتساب معارف جديدة) بمجموع تكرارات (35)

تكراراً، بلغت حصة الذكور (29) تكراراً وينسبة (17٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (6) تكرارات وبنسبة (3٪)؛ أما الإجابة (لقضاء وقت القراغ) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمجموع تكوارات بلغت (31) تكواراً، إذ بلغ عدد تكرارات الذكور (17) نكراراً وبنسبة (10٪)، ويلغ عدد تكرارات الإناث (14) تكراراً وبنسبة (8٪)؛ أما المرتبة الرابعة فكانت من حصة الإجابة (التسلية والنَّرقيه) بمجموع (25) تكراراً، بلغ عدد تكراوات الذكور (18) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما عدد تكراوات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ وجاءت مُشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية لأنها (قريبة من أهتهاماتي ورغباتي) في المرتبة الخامسة، بمجموع (18) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (15) تكراراً وبنسبة (9٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات ثلاثة وبنسبة (2٪)؛ وجاءت في المرتبة السادسة الإجابة (إيجاد موضوع للتحدث مع الآخرين) بمجموع تكرارات بلغت (10) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور منها (6) تكرارات وبنسبة (4٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (2٪)؛ ولر تسجل عينة الدراسة أية إجابة في المتغير (أخرئ تذكر)؛ يتضح من الجدول أعلاه أن أهم أسباب مُشاهدة عينة الدراسة في محافظة البصرة للقنوات الفضائية العراقية تمثل في الإجابة (التعرف على مستجدات الأحداث) وهذا يدل على أن القنوات الفضائية العراقية تواكب الأحداث العالمية وتقوم بنقلها للمُشاهد العراقي وتجعله على أطلاع بيا يجري من أحداث سواء على المسترئ المحلي أو العالمي.

جدول رقم (149) يوضح أسباب مشاهدة عينة للدراسة للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	محموع		مرة	الب		أسباب مشاهدة			
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		العينة للقنوات			
المئوية		X	عدد التكرارات	7.	هدد التكرارات	الفضائية العراقية			
20	35	3	6	17	29	أكتساب معارف			
						جديدة			
18	31	8	14	10	17	لقضاء وقت الفراغ			
14	25	4	7	10	18	التسلية والترفيه			
6	10	2	4	4	6	إيجاد موضوع للتحدث مع الاخرين			
31	54	6	11	25	43	التعرف على مستجدات الأحداث			
11	18	2	3	9	15	لأنها قريبة من اهتهاماتي ودغباتي			
-	-		-		-	آخری تذکر			
100	173	25	45	75	128	الجموع			

يوضح الجدول رقم (150) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (4) وينسبة اتفاق بلغت (8.33٪).

جدول رقم (150) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لأسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

الأهمية	مجموع	\$ 7.	أسباب مشاهدة حينة	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الدراسة للقنوات
P%	الحسابي	للتوسط الحبسابي	المتوميط الحصابي	الغضائية المرافية
68.3	4.78	4.42	4.91	

### س4: أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات القضائية العراقية:

يبين الجدول رقم (151) أن أهم أسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية العراقية لدئ عينة الدراسة تتمثل في (الأكتفاء بمشاهدة القنوات الفضائية العربية) وحصلت على أعلى مجموع تكرارات بلغ (8) تكرارات، كانت حصة الذكور منه (5) تكرارات وبنسبة (19٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وبنسبة (12٪)، وبذلك جاءت في المرتبة الأولى؛ ثم تأتي بعدها في المرتبة الثانية الإجابة (برامجها لا تجذب المشاهد)، بمجموع (7) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (4) تكرارات وينسبة (15٪)، أم عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وبنسبة (11٪)؛ أما الإجابة (ليس لدي الوقت الكافي) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمجموع (6) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (5) تكرارات وبنسبة (19٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (4٪)؛ أما المرتبة الرابعة فكانت من حصة الإجابة (لا أثق في ما تعرضه القنوات الفضائية العراقية) بمجموع تكرارات بلغت أربعة، كانت حصة الذكور منها تكرارين وبنسبة (8٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (8٪)؛ أما الإجابة (أعتمد على الإذاعات أو الصحف أو كليهما) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بتكرار واحد، إذ لريتم تسجيل أي إختيار لحله الإجابة بين الذكور، أما الإناث فقد بلغ عدد التكرارات واحداً وبنسبة (4٪)؛ ولريتم تسجيل أي إجابة في عينة الدراسة للمتغير (أخرى تذكر)

وهذا يدل على أن الأجابات التي قدمها الباحث في خيارات استهارة الإستبانة قد أحتوت أجابات المبحوثين كافة وكانت قريبة منهاء نما ساعد عينة الدراسة في مدينة البصرة على الدقة في أجاباتهم؛ يتضح من الجدول أعلاه أن أهم أسباب عدم مُشاهدة القنوات الفصائية العراقية من قبل عينة الدراسة في محافظة البصرة غنل في الأكتفاء بمتبعة القنوات الفضائية العربية لكن النتائج بشكل عام تدل على أن أغلبية عينة الدراسة هي من مشاهدى القنوات الفضائية العراقية.

جدول رقم (151) أسياب علم مشاهدة هيئة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموح		صرة	ال		أسياب حدم مشاهدة
السب	التكرارات		الإناث	الذكور		عينة الدراسة للقنوات
المثوية		7.	مند التكرارات	7.	عددالنكراوات	الفضائية العراقية
31	8	12	3	19	5	أكتفي بمشاهدة المقتوات الفضائية العربية
26	7	11	3	15	4	يراجها لاتجذب المشاهد
23	6	4	1	19	5	ليس لدي الوقت الكاتي
4	1	4	1	-	_	أعتمد على الإذاهات أو الصنحف أو كليهيا
16	4	8	2	8	2	لا أثق في ما تعرضه القنوات الفصائية العراقية
_	-	-	•	-	-	أخرى تذكر
100	26	39	10	61	16	الجموع

يوضح الجدول رقم (152) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (3.5) وبنسبة اتفاق بلعت (75.7٪).

جدول رقم (152) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأخمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب حدم مشاهدة حيثة الدراسة للقنوات الفضائية المراقية

الأهيد	مجموع	رة	أسباب حدم مشاهدة حينة	
النبية	المتوسط	الإناث	الذكور	اللواسة للقنوات
P%	(الحسايي	التومط الحسابي	الكوسط البسابي	الفضائية العراقية
75.7	4.54	4.4	4.62	

س5: مدى إسهام القنوات الفضائية المراقبة في التمريف بالقضايا العامة:

يوضح الجدول رقم (153) أن القنوات الفضائية العواقية (تسهم إلى حد ما) بالتعريف بالقضايا العامة، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (75) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (51) تكراراً وينسبة (36%)، وكانت حصة الإناث منها (24) تكراراً وبنسبة (17%)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (تسهم) بمجموع (42) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (32) تكراراً وبنسبة (23%)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات الذكور (7%)؛ وجاء عدم إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضاي العمة في المرتبة الثالثة من الإجابة (لم تسهم) بمجموع تكرارات بلغ (23) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (15) تكراراً وينسبة (11%)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (8) تكرارات وينسبة (6%)؛ والنتائج أعلاء توضح أن إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف مالقضائيا العامة كان بشكل متوسط وذلك من الإجابة (إلى حد ما) رغم أن التعريف مالقضايا العامة كان بشكل متوسط وذلك من الإجابة (إلى حد ما) رغم أن أغلبية عينة الدرامة تُشاهد القنوات الفضائية العراقية من أجل معرفة مستجدات

الأحداث، إلا أن إسهام هذه القنوات في التعريف بالقضايا العامة هو متوسط ويستدعي هذا من إدارة القنوات القضائية العراقية الأهتهام والتركيز على معالجة أسباب عدم التعريف بالقضايا العامة رغم أن المتلقي يشاهدها من أجل معرفة مستجدات الأحداث، لاسيها أن السبب الرئيسي لعزوف عينة الدراسة عن مشاهدة القنوات الفضائية العراقية بتمثل في متابعة القنوات الفضائية العربية وأن برامجها ليست ذات جاذبية تدفع الجمهور العراقي لمتابعتها.

جدول رقم (153) يوضح مدى إسهام القنوات القضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة

مجموع	مجموع	البصرة				مدى إسهام القنوات
النب	النكرارات		الإثاث		الذكور	الفضائية المراقية في
المثوية		7.	خلد	X.	حدد النكر ادات	التعريف بالقضايا العامة
			التكراوات			
30	42	7	10	23	32	populi
53	75	17	24	36	51	تسهم إلى حدما
17	23	6	8	11	15	لم تسهم
100	140	30	42	70	98	الجموع

يوضح الجدول رقم (154) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (71.3٪).

جدول رقم (154) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القنوات القضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة

الأهمية	مجموع	رة	البص	مدى إسهام القنوات
النية 2004	المتوسط	الإناث	الذكور	المصائية العراقية في
P%	الحسابي	المتوصط الحسبابي	المتوسط الحسابي	التعريف بالقضايا المامة
71.3	2.14	2.05	2.17	

س6: مدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم عينة الدراسة بشكل واقعي:

يوضح الجدول رقم (155) أن القنوات الفضائية العراقية تُعبر إلى حدمًا عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي بشكل واقعي، إذ حصلت الإجابة (أحياناً) على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (91) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (66) تكراراً وبنسبة (47٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (25) تكراراً وبنسبة (18٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أبداً) أي عدم تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المشاهد العراقي بمجموع تكرارات بلغت (37) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (23) تكراراً وينسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (14) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعبير عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي بشكل واقعي فقد جاء في المرتبة الثالثة في الإجابة (دائهاً) بمجموع تكرارات بلغت (12) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (9) تكرارات وبنسبة (7٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وينسة (2٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن إسهام الفنوات الفضائية العراقية في التعبير عن قصايا وهموم المشاهد العراقي كان متوسط وذلك لأن إجابات عينة الدراسة تميل إلى بيان الدور السلبي للقنوات الفضائية العراقية في هذا المجال ومن ثمَّ فهي بعيدة عن هموم ومشكل الحياة اليومية للمُشاهد العراقي والذي يعد أيضاً وفي الوقت نفسه أحد أفراد المجتمع العراقي، مما يستدعي ضرورة من القنوات الفضائية العراقية أن تراعي هذه المقطة المهمة وضرورة معالجتها لتكون قريبة من الفرد العراقي بها يُسهم في كسبه مُشاهداً ومتبعاً لبرامجها التلفازية المتنوعة وكي لا يلجأ إلى سد هذا الفراغ باللجوء إلى القنوات الفضائية غير العراقية (العربية والأجنبية) والذي وكها هو معروف له تأثيره السلبي على المجتمع العراقي وفي مجالات مختلفة.

جدول رقم (155) يوضح مدى تعبير الفنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي

مجموع	مجموع		برة	مدى تمبير القنوات		
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	الفضائية العراقية حن
المتوية		7.	مدد التكرارات	7.	حدد التكواوات	قضايا وحموم المُشاهد العراقي
9	12	2	3	7	9	دائهاً
65	91	18	25	47	66	أحياناً
26	37	10	14	16	23	أبدأ
100	140	30	42	70	98	الجموع

يوضح الجدول رقم (156) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معبار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (60.7٪).

جدول رقم (156) يوضع عجموع الوسط الحسابي للرجع (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وحموم للُشاهد العراقي

الأممية	مجموع	27	البم	مدى تعبير القنوات
النسبة 2004	الإناث المتوسط		الذكور	الفضائبة العراقية عن
Р%	الحسابي	التوسط الحسابي	المتوصط الحسابي	قضايا وخموم المُشاهد
60.7	1.82	1.73	1.76	المراقي

س7: مدى العلاقة بين عدم أطلاع عينة البحث على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية خلم القضايا:

بوضع الجدول رقم (157) أن هناك علاقة متوسطة بين عدم الأطلاع على بعض القضيا المهمة وتجاهل الفنوات الفضائية لحده القضاياء من الإجابة (إلى حدما)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (50) تكراراً كانت حصة اللكور (33) تكراراً وبنسبة (24٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (17) تكراراً وبنسبة (12٪)، وبلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي انعدام وجود علاقة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجهمل القنوات الفضائية العراقية لما وبمجموع (48) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (35) تكراراً وبنسبة (25٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (13) تكراراً وبنسبة (9٪)؛ أما عدد تكرارات الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لما فقد جاء في المرتبة الثالثة في الإجابة (نعم) بمجموع (42) تكراراً وبنسبة (42) تكراراً وبنسبة (9٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن العلاقة بين عدم الأطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها هي متوسطة عن طريق الإجابة بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها هي متوسطة عن طريق الإجابة (إلى حد ما) ويؤكد هذا الدور الذي يضطلع به التلفاز في الإعلام والتنقيف وتزويد (إلى حد ما) ويؤكد هذا الدور الذي يضطلع به التلفاز في الإعلام والتنقيف وتزويد (إلى حد ما) ويؤكد هذا الدور الذي يضطلع به التلفاز في الإعلام والتنقيف وتزويد

المُشاهد بالمعلومات وأعتباره مصدراً مهماً من مصادر المعلومات لذى الفرد العراقي كما هو الحدل في بقية دول العالر وايضاً يدل على أن المتلقي العراقي يأمل من القوات الفضائية العراقية أن تقوم بدورها الإعلامي والتثقيفي بالشكل المطلوب على غرار القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

جدول رقم (157) يوضح الملاقة بين عدم الاطلاّع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لها

مجسوع	مجموع		بر <b>ة</b>	البم		العلاقة بين عدم الاطلاّع
السب	التكرارات	الإناث		الذكور		على بعض القضايا المهمة
المثوية		7.	حدد النكر ارات	Υ.	عدد النكرارات	وتجاهل القنوات الفضائية العراقية خا
30	42	9	12	21	30	ثعم
36	50	12	17	24	33	إلى حد ما
34	48	9	13	25	35	צע
100	140	30	42	70	98	الجموع

يوضح الجدول رقم (158) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (65.3٪). جدول رقم (158) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للملاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا للهمة وتجاهل القنوات العضائية المراقية لها

الأهمية	مجموع	برة	اليم	الملاقة بين عدم الاطلاع	
النسبية 2004	المتوسط	الأثاث	الذكور	على بعض القضايا المهمة	
Pγ <sub>0</sub>	الحسان P%	للتوسط الحسابي	التوسط الحسابي	وتجاهل القنوات الفضائية السائدة فا	
65.3	1.96	1.98	1.95	العراقية لما	

### س8: العلاقة بين التغطية الإعلامية للفضائيات العراقية وبين الاهتبام بقضايا معينة:

يوضح الجدول رقم (159) أن العلاقة متوسطة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام يقضايا معينة لدى المشاهد العراقي، إذ إن أعلى مجموع تكرار كان من حصة الإجابة (أحياناً) بلغت (92) تكراراً، كانت حصة الذكور (71) تكراراً وبنسبة (51٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (21) تكراراً وبنسبة (15٪)، وبغلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما انعدام وجود علاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتهام بقضايا معينة لدئ المشاهد العراقي فقد جه في المرتبة الثانية من الإجابة (أبداً) بمجموع تكرارات بلغ (34) تكراراً، بلغت تكوارات الذكور (20) تكواراً وبنسبة (14٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (14) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (دانياً) أي تأكيد وجود علاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الأهتيام بقضأيا معينة لدى المُشاهد العراقي وبمجموع (14) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الْذَكور (7) تكرارات وبنسبة (5٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن العلاقة بين التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية والأهتهام بقضايا معينة لدئ المشاهد العراقي هي متوصطة وهذا يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في التأثير على المُشاهد العراقي وضعف دورها في الحياة العامة لملفرد العراقي وفي الإسهام في ترتيب أولوياته تجاه الأحداث العامة .

جدول رقم (159) يوضح العلاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية والاهتهام بقضايا معينة لدى المُشاهد العراقي

مجموع	مجموع		برة برة	اليم	الملاقة بين التغطية الاعلامية	
النسب	التكرارات		الذكور الإناث		الذكور	للقتوات الفضائية العراقية
المتوية		Z	مدد التكرارات	7.	حدد النكرارات	والاهتهام يقضايا معيثة قدى المُشاهد العراقي
10	14	5	7	5	7	داتياً
66	92	15	21	51	71	أحياتاً
24	34	10	14	14	20	أبدأ
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضبح الجدول رقم (160) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (59٪). جدول رقم (160) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) للعلاقة بين النفطية الاعلامية ثلقنوات الفضائية المراقية والاهتهام بقضايا معينة لدى المشاهد العراقي

الأهمية	عبوع	رة	البم	العلاقة بين التغطية الأعلامية
النسية ،«	المثوسط	الإناث	الذكور	لملقنوات الفضائية المراتية
P%	الحصابي	للتوسط الحسابي	المتوصط الحيسابي	والاهتيام بقضايا معينة لدى
59	1.77	1.83	1.7	المُشاهد العراقي

س9: القضايا التي تهتم بها العينة بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (161) أن أعلى مجموع تكرار كان من حصة عدم وجود قضايا يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وجاءت في المرتبة الأولى، بمجموع (71) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (56) تكراراً وبنسبة (46٪)، وبلغت حصة الإناث منها (15) تكراراً وينسبة (12٪)؛ أما القضايا السياسية فقد جاءت في المرتبة الثانية بمجموع (23) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (14٪)، أما تكرارات الإناث (6) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكأنت من حصة القضايا الإجتباعية بمجموع (12) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (5) تكرارات وينسبة (4٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلعت (7) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ تأتي بعدها القضايا الاقتصادية لتحتل المرتبة الرابعة ضمن القضايا التي يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبمجموع تكوارات بلغت (10) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (6) تكوارات وينسبة (5٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (3٪)؛ أما القضايا الثقافية فجاءت في المرتبة الخامسة بمجموع (5) تكرارات، بلغ عند تكرارات اللكور تكرارين وبنسبة (1٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (3) تكرارات وبنسبة (3٪)؛ وجاءت القضايا الرياضية في المرتبة السادسة بمجموع تكرارات بلغت تكراراً واحداً، إذ بلغت حصة الذكور منها تكراراً واحداً وبنسبة (1٪)، ولريتم تسجيل أي أهتهام بالقضايا الرياضية لدى الإناث من عينة الدراسة في محافظة البصرة؛ يتضح من النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية لرتجعل المتلقي العراقي يهتم بقضايا محددة مم دفع أغلبية عينة الدراسة إلى عدم تحديد القضايا التي أدّت التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية العراقية إلى الأهتهام بها تأتي بعدها وبالمرتبة الثانية الأهتهام بالقضايا السياسية .

جدول ركم (161) يوضح القضايا التي يهتم جا المُشاهد العراقي بسبب التغطية الاهلامية للقنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموع		برة	القضايا التي يبتم بيا		
النسب	التكرارات		الإثاث		الذكور	المشاهد العراقي يسبب
المثوية		X.	عند النكرارات	7.	مدد التكرارات	التغطية الاحلامية للقنوات القضائية العراقية
19	23	5	6	14	17	سياسية
8	10	3	4	5	6	اقتصادية
10	12	6	7	4	5	اجتاعية
4	5	3	3	1	2	ثقافية
1	1	-	-	1	1	رياضية
58	71	12	15	46	56	لأيوجد
100	122	29	35	71	87	المجموع

يوضح الجدول رقم (162) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار، بينها متوسط الذكور فقد كان أقل من معيار الإختبار البالغ (3) وبنسبة اتفاق بلغت (44.4).

جدول رقم (162) يوضع بجموع الوسط الحساب المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للقضايا التي يهتم بها المُشاهد العراقي يسبب التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية

الأهمية	مجموع	4	يغد	القضايا التي يهدم يها	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	المشاهد العراقي بسبب	
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	التغطية الأعلامية	
44.4	2.22	2.4	3.93	للقنوات الفضائية	
				العراقية	

## س10: مدى تركيرَ القنوات المفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية:

يوضح الجدول رقم (163) أن عينة الدراسة تعتقد وبشكل كبير أن القوات الفضائية العراقية تركز في قضايا دون سواها لأسباب سياسية وجاءت هذه الإجابة (نعم) في المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (65) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (48) تكراراً وبنسبة (34٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (17) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ أم وجود تركبز (إلى حدمًا) من قبل القنوات الفضائية العراقية على قضاياً دون سواها لأسباب سياسية فقد جاءت هذه الإجابة في المرتبة الثانية، بمجموع (50) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (35) تكراراً وينسبة (25٪)، أما عدد تكرارات الإدث فقد بلغت (15) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي عدم وجود تركيز للقنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لأسباب سياسية، بمجموع (25) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (15) تكراراً وبنسبة (11٪)، أم تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ والنتائج أعلاه توضيح أن أغلب عينة الدراسة في محافظة البصرة يعتقدون بأن القنوات الفضائية العراقية تقوم بالتركيز على قضايا دون سواها وتشملها بكثافة النغطية الإعلامية لأسباب وأهداف سياسية وتعدهذه نقطة سلبية في مسيرة عمل هذه القنوات الفضائية وأيضاً نقطة سلبية في مسيرة الإعلام العراقي في ظل التعددية وحرية التعبير التي يتمتع بها العراق خصوصاً بعد سقوط النظام السابق والخروج من سيطرة ايديولوجية الحزب الواحد.

جدول رقم (163) يوضح مدى تركيز القنوات الفضائية المراقية على قضايا دون سواها لاسباب سياسية

مجموع	مجموع		بر <del>آ</del>		مدى تركيز القنوات	
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		المضائية العراقية على
المثوية		7.	عدد التكرارات	7.	عدد التكرارات	قضايا دون سواها لاسباب سياسية
46	65	12	17	34	48	تعم
36	50	11	15	25	35	إلى حد ما
18	25	7	10	11	15	<b>2</b> K
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (164) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كأن أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (76.3٪). جدول رقم (164) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لدى تركيز القنوات الفضائية العراقية على قضابا دون سواها لاسباب سياسية

الأهية	مجموع	رة	مدى تركيز اللنوات	
النسبية /DO	المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية العراقية على
P70	الحسابي 9%	المتوسط الحسابي	المتوصط الحسابي	قضایا دون سواها الاساد مساسات
76.3	2.29	2.17	2.34	لأسباب سياسية

س11: العلاقة بين زيادة تفاعل مواقف عينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية بشكل ابجابي مع زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا:

يوضح الجدول رقم (165) أن العلاقة متوسطة بين تفاعل عينة الدراسة سع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية للقنوات

الفضائية العراقية لهذه القضاياء إذ جاءت النتاتج لتُظهر أن عينة الدراسة في مدينة البصرة أجبت بالإجابة (أحياناً) بأعلى مجموع من التكرارات بلغت (81) تكراراً، كانت حصة الذكور (58) تكراراً وبنسبة (41٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (23) تكراراً وبنسبة (16٪)، وبِنَلْكَ حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أبداً) أي تأكيد وجود علاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية لهذه الفضاياء وبمجموع (36) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (24) تكراراً وبنسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد يلغت (12) تكراراً وينسبة (9٪)؛ أما عدم وجود علاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا فقد جاء في المرتبة الثالثة في الإجابة (دانياً)، بمجموع (23) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (16) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن مواقف عينة الدراسة إزاء القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية تزداد تفاعلاً بشكل متوسط مع زيادة التغطية الإعلامية لهذه القضايا ويؤكد من ثمَّ عدم قناعة المتلقى من عينة الدراسة في محافظة البصرة بها تقدمه القنوات الفضائية العراقية لاسيها في مجال التغطية الإخبارية، هذا يدل عن العلاقة السلبية بين المتلقى العراقي والقنوات الفضائية العراقية.

جدول رقم (165) يوضح العلاقة بين تفاعل حينة الدراسة مع الفضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وزيادة التغطية الاعلامية غذه القضايا

مجموع	بجموع		برة	البم		الملاقة بين تفاعل عبنة
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		الدراسة مع القضايا للتي
المثوية		7.	عدد التكرارات			تتناولها القنوات الفضائية العراقية وزيادة التغطية الاعلامية لمذه القضايا
17	23	5	7	12	16	دائياً
5 <i>7</i>	81	16	23	41	58	أحياناً
26	36	9	12	17	24	أبدآ
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (166) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (63.7). جدول رقم (166) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للملاقة بين نفاعل عبئة الدراسة مع الفضايا التي تتناولها الفنوات الفضائية المراقبة وزيادة التغطية الاملاقة بين نفاعل عبئة الدراسة مع الفضايا التي تتناولها الفنوات الفضائية المراقبة وزيادة التغطية الاملاقة بين نفاعل عبئة الدراسة مع الفضايا التي تتناولها الفنوات الفضائية المراقبة وزيادة التغطية

الأحمية	مجموع	برة	البم	العلاقة بين تفاعل عينة
النسبية	المتوسط	الإنات	الذكور	الدراسة مع القضاية التي
P%	الحسابي	المتوصط الحسابي	للتوسط الحسابي	تتناوفا القنوات الفضائية
63.7	1.91	1.88	1.92	المراقبة وزيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا

س12: مدى اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم:

يوضح الحدول رقم (167) أن أعلى مجموع تكرارات كان من حصة اعتماد عبنة الدراسة في محافظة بغداد بشكل متوسط على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم، عن طريق الإجابة (أحياناً)، إذ بلغت (72) تكراراً، كانت حصة اللذكور (56) تكراراً ويتسبة (40٪)، وبلغت حصة الإماث منها (16) تكراراً وينسبة (12٪)، ويذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أبداً) أي عدم اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم، ويمجموع تكرارات بلغت (44) تكراراً، بلغ عند تكرارات الذكور (28) تكراراً وبنسبة (20٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (16) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما اعتماد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم فقد جاء في المرتبة الثالثة في الإجابة (دائهاً) بمجموع (24) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (14) تكراراً وبنسبة (10٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ والندنج أعلاه تبين أن عينة الدراسة تعتمد بشكل متوسط على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم من الإجابة (إلى حدما) وهذا يؤكد ابتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي وهذا يؤشر وجود علاقة سلبية بين الفرد العراقي وقنواته الفضائية التي من المفترض أن تكون قريبة منه ومن همومه ومشاكله وتشاركه فيها عن طريق تسليط الضوء عليها وايصالها إلى مركز صناعة القرار في الحكومة العراقية .

جدول رقم (167) يوضع مدى احتهاد عيئة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في منابعة الأحداث ذات الصلة بسياعهم ومستقبلهم

مجموع	مجموع		رة	مدى اعتباد العينة على		
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		الفضائيات العراقية في
المثنوية		7.	مدد التكرارات	7.	عدد التكرارات	متابعة الأحداث ذات
						الصلة يحيانهم
				10		ومستقبلهم
17	24	7	10	10	14	دائهاً
52	72	12	16	40	56	أحياناً
31	44	11	16	20	28	أيدأ
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (168) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أقل من معيار الإختبار البائغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (62٪). جدول رقم (168) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى اعتباد عينة الدراسة على المقنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم

#### ومستثبلهم

الأمية	مجموع	سرة	اليه	مدى احتياد حينة الدراسة حلى
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	القنوات الفضائية المعراقية في
Р%	الحساب	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	متابعة الأحداث ذات الصلة
62	1.86	1.86	1.86	بعياتهم ومستقبلهم

س13: مدى مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (169) أن عدد المشاركين في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في محافظة البصرة حصلت على أعلى مجموع تكرارات، إذ بلغ جموع التكرارات لكلا الجنسين التي أجابت بـ (نعم) من عينة الدراسة (98) تكراراً كانت حصة الذكور منها (71) تكراراً وبنسبة (51٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (27) تكراراً وبنسبة (19٪)؛ أما غير المشاركين في إنتخابات بجالس المحفظات والتي أجابت بـ (كلا)، فقد بلغ مجموع التكرارات (42) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (27) تكراراً وبنسبة (19٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ والتنائج أعلاه تبين أن أعداد المشاركين في إنتخابات مجالس المحفظات العراقية من المؤهلين للانتخاب من عينة الدراسة في محافظة البصرة كانت أكثر وبفارق كبير عن أعداد غير المشاركين فيها، والذي يصب من ثم في خدمة أهداف دراست هذه وتحقيق التنائج المطلوبة.

جدول رقم (169) يوضح مدى مشاركة عينة الدراسة من محافظة البصرة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		برة	مدی مشارکة عینة		
النسب	التكرارات		الإثاث		الذكور	الدراسة من محافظة
المثنوية		7.	عدد التكرارات	7	عدد التكرارات	البصرة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية
70	98	19	27	51	71	نعم
30	42	11	15	19	27	<b>&gt;</b>
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (170) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الأكور ومتوسط الإناث كأن اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (85٪).

جدول رقم (170) يوضع عجموع الوسط الحسابي للرجح (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى مشاركة عينة الدراسة من محافظة بغداد في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأمية	عجموع	رة	البم	مدى مشاركة حينة الدراسة من
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	محافظة بغداد في إنتخابات
P%	الحسابي	المتوسط المسابي	المتوسط الحسابي	مجالس المحافظات العراقية
85	1.7	1.64	1.72	

س14: أسباب عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (171) أن أسباب عدم مشاركة عينة الدراسة لمحافظة البصرة في إنتخابات بحالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الأولى بسبب إعتقادهم أن الانتخابات (لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من النكرارات بلغت (16) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (14) تكراراً وبنسبة (31٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (4٪)؛ بعدها جاء وفي المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة أن الانتخابات (ليست عملية ديمقراطية)، بمجموع (15) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (8) تكرارات وبنسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (15٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (عدم تركيز وسأثل الإعلام على الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (10) تكرارات، بلغت تكرارات الذكور (5) تكرارات وينسبة (11٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وينسبة (11٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الإجامة (أخرىٰ تذكر) والتي تمثلت في إجابة عينة اللىراسة بعلم وجود أسم الناخب في مركز الأقتراع، وبلغ مجموع التكرارات (5) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (4) تكرارات وبنسبة (9٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت تكراراً واحداً وبنسبة (2٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن السبب الماشر لعدم مشاركة عينة الدراسة من محافظة البصرة في إنتخابات مجالس المحافظات كان إعتقاد المبحوثين بأنها لا تسهم في تحقيق الإستقرار السياسي والأمني، وجاء سبب (عدم تركيز وسائل الاعلام على الانتخابات) في المرتبة الثالثة، وهذا يؤكد أن السبب الأساس من عدم المشاركة في الانتخابات كان قناعة عينة المدراسة في محافظة البصرة في كونها لا تسهم في تحقيق الأمن والإستقرار السياسي في العراق، فصلاً عن أن النتائح أكدت أن دور وسائل الإعلام كان هامشياً في التحفيز والمتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية مما يؤكد ابتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية لمفرد العراقي وأهتهاماته في مختلف المجالات.

جدول رقم (171) يوضح أسباب عدم مشاركة حينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين لم يشاركوا فيها

عبوع	عِموع		صرة	الب		أسباب عدم مشاركة
النسب	النكرارات		الإثاث		الذكور	العينة في إنتخابات
المثنوية		7.	عدد النكرارات	7.	عدد النكرارات	مجالس المحافظات من الذين لم يشاركوا فيها
22	10	11	5	11	5	حدم تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات
32	15	15	7	17	8	لأمها ليست حملية ديمقراطية
35	16	4	2	31	14	لأنها لا تسهم في الإستقرار السياسي والأمني في العراق
11	5	2	1	9	4	أخرى تذكر (عدم وجود اسم الناخب)
100	46	32	15	68	31	المجموع

يوضح الجدول رقم (172) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (66.3٪). جدول رقم (172) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب عدم مشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين لم بشاركوا فيها

الأحمية	بجموع	صرة	<del>أ</del> ا	أسباب عدم مشاركة حينة
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الدراسة في إنتخابات مجالس
P%	الجسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الميسابي	المحافظات من الذين لم
66.3	2.65	3.1	2.45	يشاركوا فيها

س15: أسباب المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (173) أن أسباب مشاركة عينة الدراسة لمحافظة البصرة في المنخابات مجالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الأولى بسبب إعتقادهم أن (الانتخابات خطوة في طريق تحقيق الإستقرار السياسي والأمني في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (66) تكراراً، كانت حصة الذكور منه (52) تكراراً وبنسبة (48٪)، وحصة الإناث منها (14) تكراراً وبنسبة (18٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في المشاركة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان إعتقادهم بكونها (عملية ديمقراطية) وجاءت بمجموع (26) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (19) تكراراً وينسبة (18٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت عدد تكرارات وبنسبة (6٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تركيز وسائل الإعلام على الانتخابات)، بمجموع (16) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (9) تكرارات وبنسبة (9٪)؛ أما تدرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وينسبة (6٪)؛ ولم يتم تسجيل أي الانتخابات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وينسبة (6٪)؛ ولم يتم تسجيل أي إجابة للمتغير (أخرئ تذكر) ضمن عينة الدراسة الخاصة بمحافظة البصرة؛ والنتائج أعلاه تؤكد ضعف الدور الذي قامت به وسائل الإعلام العراقية و خصوصاً القنوات أعلاه تؤكد ضعف الدور الذي قامت به وسائل الإعلام العراقية و خصوصاً القنوات

الفضائية العراقية في التعريف والتحقيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ كان السبب الرئيس لمشاركة عينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثل في قناعتهم بأنها خطوة في طريق الإستقرار السياسي والأمني في العراق، مما يؤكد ابتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية لملفرد العراقي وأهتهاماته وضعف دورها في تحقيق تعبئة وصناعة الرأي العام في العراق.

جدول رقم (173) يوضح أسباب مشاركة حينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها

مجموع	عموع		ارة	الم		أسباب مضاركة حينة المدراسة
الئسپ	النكرارات		الإناث	الذكور		في إنتخابات مجالس
المئوية		7.	خلد	7.	عند	المحافظات من الذين شاركوا د
			التكرارات		التكرارات	فيها
15	16	6	7	9	9	تركيز وسائل الإعلام على
						الائتخابات
24	26	6	7	18	19	لأنها عملية ديمقراطية
61	66	13	14	48	52	لأنها خطوة في طريق
						الإمنقرار السيامي والأمني
						في العراق
-	-	-				أخرى تذكر
100	108	25	28	75	80	المجموع

يوضح الجدول رقم (174) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (63.5٪).

جدول رقم (174) يوضح بجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لأسباب مشاركة حينة الدراسة في إنتخابات مجالس المحافظات من الدين شاركوا ديها

الأهية	مجموع	1,	أسباب مشاركة عينة	
النسية	المتوسط	الإثاث	الذكور	الدراسة في إنتخابات بجالس
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	التوسط الحسابي	المحافظات من الذين ه اسم الذيا
63.5	2.54	2.75	2.46	شاركوا فيها

س16: مدى إسهام القناة الفضائية المراقية التي نابعتها عينة الدراسة بأستمرار في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات المراقية:

يوضح الجدول رقم (175) أن القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة البحث (أسهمت إلى حدما) في النعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت على أعلى مجموع من النكرارات بلغ (73) تكراراً، بلغت حصة الذكور منها (48) تكراراً وبنسبة (48٪)، وبلذك وبنسبة (48٪)، وبلذك منها (25) تكراراً وبنسبة (18٪)، وبلذك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت) بمجموع تكرارات بلغ (43) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (33) تكراراً وبنسبة (47٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ أما عدد تكرارات العراقية العراقية التي تابعتها عينة البحث في التعريف بإنتخابات محالس المحافظات العراقية فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (لرتسهم) بمجموع (24) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (17) تكراراً وبنسبة (12٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وينسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أنَّ إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة البحث في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية التي تبعها متوسطاً عن طريق الإجابة (إلى حد ما)، أما إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعها عينة البحث في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية التي تبعها متوسطاً عن طريق الإجابة (إلى حد ما)، أما إسهام القناة الفضائية العراقية التي تبعها

المبحوث ضمن عينة البحث فقد حصل على عدد تكرارات لا بأس به يبين أن القنوات المصائبة أسهمت بجزء بسيط في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية. جدول رقم (175) مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة البحث في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	عجموع		برة	مدى إسهام القناة الفضائية		
النسب	التكرارا		الإناث		الذكور	التي تابعتها عينة الدراسة في
المثنوية	ن	7	هند التكرارات	7.	عدد التكرارات	التعريف بإنتخابات بجالس المحافظات العراقية
31	43	7	10	24	33	أسهمت
52	73	18	25	34	48	أسهمت إلى حدما
17	24	5	7	12	17	لم تسهم
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (176) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معبار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (71.3٪). جدول رقم (176) مدى مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لإسهام الفناة الفضائية التي تابعتها عيئة الدراسة في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأمية	بجموع	بر آ	البه	مدى إسهام الفناة الفضائية
النسبية	المتوسط	ועָזוי	الذكور	التي تابعتها عينة الدراسة
. P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	في التعريف بإنتخابات مال المنظلية الماتة
71.3	2.14	2.07	2.16	بجالس المحافظات المعراقية

س17: مدى مقارنة المعلومات التي تم تلقيها من القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية مع المعلومات التي نقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه:

يوصح الجدول رقم (177) أن عينة الدراسة في محافظة البصرة تلقت المعلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتي نقلتها القنوات الفضائية العراقية (نوعاً ما) كما هي دون أن تقارتها مع المعلومات التي نقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه، إذ جاءت النتائج لتظهر أن هينة الدراسة أجابت بالإجابة (أحياناً) بأعلى مجموع من التكرارات لكِلا الجنسين بلغت (89) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (65) تكراراً وبنسبة (46٪)، وبلغت حصة الإنات منها (24) تكراراً وبنسبة (17٪)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ وجاءت في المرتبة الثانية قيام عينة الدراسة في محافظة بغداد بمقارنة المعلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية التي نقلتها القنوات الفضائية العراقية مع المعلومات التي تقلتها القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه، عن طريق الإجابة (أبداً)، بمجموع (30) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (19) تكراراً وبنسبة (14٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (11) تكراراً وبنسبة (8٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (دائياً) أي تأكيد عدم مقارنة ما نقلته القنوات الفضائية العراقية من معلومات عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية مع ما نقلته القنوات الفضائية غير العراقية عن الحدث نفسه، بمجموع تكرارات بلغ (21) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وينسبة (10٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وينسبة (5٪)؛ والنتائج أعلاه تبين أن عينة الدراسة لا تثق بها تقدمه القنوات الفضائية العراقية من معلومات عن الأحداث المحلية التي تحدث داخل العراق على غرار إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بما يضطر المُشاهد العراقي إلى مقارنة ما يتم نقله عن هذه الأحداث مع ما تنقله القنوات الفضائية غير العراقية،

والذي يدل على وجود العلاقة السلبية بين القنوات الفضائية العراقية والمُشاهد العراقي من حيث انعدام الصدقية والثقة بها تقدمه هذه القنوات من برامج ومعلومات.

جدول رقم (177) يوضح مدئ تلقي عينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم الفنوات الفضائية العراقية دون مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين

مجموع	عجموع		مبرة	س قرارا قارات از هاام		
النسب	التكرارات	الإثاث		الذكور		النابات الرابانون عُرِيْهِا الرابان من الرابانون عرابات
المنوية		7.	مندالنكرارات	1/.	. فلد	مع النفاق غور الرقية عن متناسين
					التكرارات	
15	21	5	7	10	14	دائهاً
63	89	17	24	46	65	أحياناً
22	30	8	11	14	19	أبدآ
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (178) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (64.7).

جدول رقم (178) يوضح بجموح الوسط الحسابي الموجح (الموزون) والأخمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى تلقي حينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية العراقية دون مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين

الأحمية	مجموع	برة	البم	مدى تلقي حينة الدراسة للمعلومات	
النبية	المتوسط	الإنك	الذكور	التي نقلتها لهم القنوات الفضائية	
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	للتومط الحسابي	المراقبة دون مقارنتها مع القنوات	
64.7	1.94	1.9	1.95	الفضائية غير العراقية عن حدث معين	
				Oğur	

س18: مدى إسهام القناة القضائية التي تابعتها عينة الدراسة بأستمرار في التحفيز على المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية:

يرضح الجدول رقم (179) أن القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة (أسهمت إلى حدما) في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى، وحصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (56) تكراراً، كانت حصة الذكور (36) تكراراً وبنسبة (26٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (20) تكراراً وبنسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت) بمجموع (52) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (38) تكراراً وبنسبة (27٪)، أما تكرارات الإناث فقد يلغت (14) تكراراً وبنسية (10٪)؛ أما عدم إسهام القناة القضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية فقد جاء في المرتبة الثالثة عن طريق الإجابة (لرتسهم) بمجموع تكرارات بلغت (32) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (24) تكراراً وبنسبة (17٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (8) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن إسهام القناة الفضائية العراقية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان متوسطاً، والذي يدل على أن دور القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان متوسطاً وقليل الفاعلية والذي يتفق مع التنائج التي اوضحت دورها في التعريف بهذه الانتخابات ويؤشر هذا عدم أهتهام القنوات الفضائية العراقية بعملية تحفيز المشاهد العراقي وتعريفه وتثقيفه بهذه العملية الديمقراطية ومدئ الفائدة المتحققة منها خصوصا أنها تجربة جديدة تم تطبيقها في المجتمع العراقي حديثاً.

جدول رقم (179) يوضح مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها حيثة الدراسة في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس للحافظات العراقية

مجسوع	مجموع		برة	مدى إسهام القتاة		
النب	التكرارات		الإناث		الذكور	الفضائية التي تابعتها حيثة
المئوية		7.	هدد التكرارات	7.	مدد التكرارات	المدراسة في التحفيز على المتحفيز على المشاركة في إنتخابات عجالس المحافظات العراقية
37	52	10	14	27	38	أسهمت
40	56	14	20	26	36	أسهمت إلى حدما
23	32	6	8	17	24	لم تسهم
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (180) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (71.3٪). جدول رقم (180) يوضح مدى إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عبنة الدراسة في النحفيز على المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات المراقية

الأحمية	بجموع	مرة	البه	مدي إسهام القناة الفضائية		
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	التي تابعتها حينة الدراسة في		
Ρ%	الحسابي P%	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات		
71.3	2.14	2.14				

س19: مدى تأثر موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (181) أن عينة الدراسة لر يتأثر موقفها من إنتخبات مجالس المحافظات العراقية بها قلعته القنوات الفضائية العراقية وجاءت هذه الإجابة (كلا) في المرتبة الأولى بمجموع (57) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (42) تكراراً وبنسبة (30٪)، أما تكرارات الإتاث فقد بلغت (15) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدماً) أي وجود تأثر متوسط بموقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قلعته القنوات الفضائية العراقية بمجموع تكرارات بلغت (56) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (42) تكراراً وبنسبة (26٪)، وحصة الإناث منها (15) تكراراً وينسبة (14٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي وجود تأثر في موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قلعته القنوات الفضائية العراقية عنها وبمجموع تكرارات بلغ (27) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (20) تكراراً وبنسبة (14٪)، أما عدد تكرارات الإدث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة البصرة لريتأثر موقفها من إنتخابات مجالس المحافظات المراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية عن هذه الانتخابات ويؤشر هذا أنعدام وجود تأثير للقنوات الفضائية العراقية في القضايا العامة التي تمس حياة القرد العراقي وخصوصاً قضايا الرأي العام مثل قضية إنتخابات مجالس المحافظات وعدم أمكانية الأعتياد على هذه القنوات الفضائية في تعبئة وصناعة رأي عام موحد تجأه القضايا العامة في العراق.

جدول رقم (181) يوضح مدى تأثر موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات القضائية العراقية

مجموع	عبوع		ŗ	البم	مدی تأثر موقف عینة	
النسب	التكرارات		الإناث	الذكور		الدراسة من إنتخابات
المثوية		7.	علد التكرارات	7.	عدد التكرارات	بجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية
19	27	5	7	14	20	تعم
40	56	14	20	26	36	إلى حد ما
41	57	11	15	30	42	کلا
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (182) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كن اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (59.7٪).

جدول رقم (182) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى تأثر موقف عينة الدراسة من إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية

الأعمية	عجموع	برة	اليم	مدى تأثر موقف العينة من
النسبية	المتوسط	الإثاث المتوسط		إنتخابات مجالس
P%	الحسابي	المتوسط الحساب	المتوسط الحسابي	المحافظات المراقية بها قدمته
59.7	1.79	1.81	1.78	الفضائيات العراقية

س20: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات عمال المشاركة في إنتخابات عمال المراقية:

يوضح الجدول رقم (183) أن عدم إسهام القنوات الفصائية العراقية في التحفيز على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية حصلت على أعلى مجموع تكوارات، عن طريق الإجابة (كلا)، إذ بلغت (73) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (49) تكراراً وبنسبة (35٪)، وبلغت حصة الإناث منها (24) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ أما إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة في محافظة البصرة على المشركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتي أجابت بالنعم)، فقد جاء في المرتبة الدنية بمجموع (67) تكراراً وبنسبة (35٪)، أما عدد تكرارات الذكور (49) تكراراً وبنسبة (35٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (18) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ ينضح من النتائج أعلاه أن القنوات الفضائية العراقية في هذا المجال رغم المحافظات العراقية، وهذا يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في هذا المجال رغم الأهمية المنوطة بالتلفاز كوسيلة اتصال تسهم في التخفيف والإعلام للمتلقي .

جدول رقم (183) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز حينة الدراسة على المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية

مجموع	عِموع		‡ <sub>7</sub> ,	البم		مدى إمهام الفضائيات
النسب	التكوارات	الإناث		الذكور		العراقية في تحفيز العينة على
المئوية		Z	علد	7.	علد	المشاركة في إنتخابات
			التكوارات		التكرارات	مجالس المحافظات العراقية
48	67	13	18	35	49	تعم
52	73	17	24	35	49	کلا
100	140	30	42	70	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (184) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (74٪). جدول رقم (184) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحقيز هيئة الدراسة على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية في تحقيز هيئة الدراسة على المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات

الأهمية	مجموع	ببرة	البه	مدى إسهام القنوات الفضائية
النسبية	المتوسط	الإتاث	الذكور	العراقية في محفيز عينة الدراسة حل
P%	الحساب	التومط الحسابي	المتوسط الحسابي	المشاركة في إنتخابات مجالس
74	1.48	1.43	1.5	المحافظات العراقية

س21: مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين لإنتخابات
 مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (185) أن (التلفاز) جاء في المرتبة الأولى بين مصادر المعلومات التي اعتمدتها عبنة الدراسة في إختيار المرشحين الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصل على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (62) تكراراً، كانت حصة المذكور منه (43) تكراراً وبنسبة (22٪)، وحصة الإناث منها (19) تكراراً وبنسبة (9٪)؛ جاء بعده في المرتبة الثانية (الاهل والاصدقاء) كمصادر أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشحين الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، بمجموع (47) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (33) تكراراً وينسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارات بلغت (43) تكراراً وينسبة (7٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة (الملصقات الانتخابية) بمجموع تكرارات بلغت (48) تكراراً وينسبة (41٪)، أما مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة اللواسة في إختيار المرشحين الإنتخابات مجالس مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة اللواسة في إختيار المرشحين الإنتخابات مجالس

المحافظات العراقية بمجموع تكرارات بلغت (26) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (24) تكراراً وبنسبة (11/)، أما حصة الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (11/)؛ أما (الصحف) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بين مصادر المعلومات بمجموع تكرارات بلعت (12) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (10) تكرارات وبنسبة (5/)، أما عدد تكرارات الإنث فقد بلغت تكرارات الإنث فقد بلغت تكرارات الإنث فقد المغت تكرارات الإنث الذكور (7) السادسة بين مصادر المعلومات بمجموع (11) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (7) تكرارات وبنسبة (4/)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (2/)؛ وجاءت في المرتبة السابعة والأخيرة المتغير (أخرى تذكر) إذ لريتم تسجيل أي تكرار فيها؛ والنتائج أعلاه تؤكد الدور المؤثر للتلفاز في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بأعتباره والنتائج أعلاه تؤكد الدور المؤثر للتلفاز في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية المراسة في محافظة البصرة الإختيار المرشحين في إنتخابات مجالس المحافظات الفراقية سواء كانت القنوات الفضائية العراقية أو الأجنبية أو الأجنبية .

جدول رقم (185) يوضح مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في اختيار المرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		عبرة	الب		معار فعامات الراغنتها
النسب	التكرارا		الإناث		الذكور	البنائي لكيار الرشون
المتوية	ث	Z	عدد التكرارات	7.	علىد	التنبك مهان أسطنك أثرابا
					التكواوات	
6	12	1	2	5	10	الصحف
13	26	1	2	12	24	الأذاعة
31	62	9	19	22	43	التلفاز
6	11	2	4	4	7	الأنترنت
21	42	7	14	14	28	الملعبقات الانتخابية
23	47	7	14	16	33	الأهل والأصدقاء
-	lujo .	_	-	-	-	أشوى تذكر
100	200	27	55	73	145	الجموع

يوضح الجدول رقم (186) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإذاث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (4) وبنسبة اتفاق بلغت (65.3٪).

جدول رقم (186) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المنوي) لمصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار للرشحين لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

الأهية	مجموع	برة	البم	مصادر المعلومات التي أعتمنتها
		الإناث	الذكور	عينة الدراسة في إختيار المرشحين
P%	الحسابي	للتوسط الحسابي	التومط الحسابي	لإنتخابات مجالس المحافظات السانة
65.3	4.57	4.38	4.64	المراقية

س22: مدى اتفاق أراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (187) أن هناك اتفاقاً متوسطاً عن طريق الإجابة (إلى حد ما) بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (72) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (50) تكراراً وبنسبة (36٪)، وحصة الإناث منه بلغت (22) تكراراً وبنسبة (16٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثنية الإجابة (كلا) أي عدم وجود اتفاق بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (47) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (34) تكراراً وبنسبة (9٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي وجود اتفاق بين آراء عينة الدراسة والآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية ويمجموع تكرارات بلغ (21) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وبنسبة (7٪)؛ بأما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات الذكور وبنسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلية عينة الدراسة في محافظة البصرة كانت وبنسبة (5٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلية عينة الدراسة في محافظة البصرة كانت تنفق بشكل متوسط في آرائها مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية العراقي

عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق الإجابة (إلى حدما) مما يؤشر ضعف التقارب في الأراء بين ما تقدمه هذه القنوات الفضائية وبين آراء المُشاهد العراقي من عينة الدراسة.

جدول رقم (187) يوضح مدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

بجموع	مجموع		برة	الم		مدى اتفاق آراء حيثة الدراسة
النسب	التكرارات		الإناث	الأكور		مع الآراء التي قدمتها القنوات
المتوية		γ.	حدد التكوارات	مدد ٪ التكرارات		الفضائية المراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات المراقية
15	21	5	7	10	14	تصم
52	72	16	22	36	50	إلى حد ما
33	47	9	13	24	34	245
100	140	30	42	70	98	المحموع

يوضح الجنول رقم (188) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اكبر من معيار الإختبار البالغ (1.5) وبنسبة اتفاق بلغث (60.3٪).

جدول رقم (188) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس للحافظات العراقية

الأهي	مجموع	٠,٠	البص	مدى اتفاق آراء عينة المداسة
النسية	المتوسط	الإثاث	الذكور	مع الأراء التي قدمتها القنوات
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	المتوصط الحساب	الفضائية العراقية هن
60.3	1.81	1.86	1.8	إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

س23: الأسباب التي جملت هيئة الدراسة تتفق مع الآراء والقضايا التي قدمنها لك القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (189) أن أسباب انفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كنت في المرتبة الأولى بسبب كونها (قريبة من واقع الانتخابات في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (49) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (34) تكراراً وبنسبة (29٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وبنسبة (13٪)؛ بعدما جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة الدراسة بأن السبب في اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كن: (الأنني لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع) بمجموع تكرارات بلغت (28) تكراراً، بلغ عدم تكرارات الذكور (23) تكراراً وينسبة (41٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (41٪)، أما تكرارات بلغت تكرارات وبنسبة (41٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (تسهم الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (41٪)؛ وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً كانت حصة بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً كانت حصة بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً كانت حصة بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت (15) تكراراً كانت حصة

الدكور منها (11) تكراراً وينسبة (9٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (٤٪)؛ والنتائج أعلاه تؤكد أن السبب الرئيس لاتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها قريبة من واقع هذه الانتخابات لكونها قنوات فضائية عراقية والعملين فيها من كوادر عراقية وهذا يجعلها قريبة من الواقع العراقي ويُسهم في عملية فهم حجات ورغبات الفرد العراقي؛ في حين جاءت الإجابة (تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) في المرتبة الرابعة والأخيرة وهذا يدل على ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في التعريف والتثقيف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية .

جدول رقم (189) يوضح أسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	بجموع		-ر3	البم		امياب الفاق أرام المولة منا و ياد من منا و الفار الدار الدار
النسب	التكرارات		ועָזוי		الذكور	مع الأراء التي تقدمها الكرات الفضائية العراقية عن التخابات مجلس المحافظات العراقية
المحوية		7.	مند	X.	عدد	
			التكوارات		النكرارات	
23	27	8	9	15	18	قريبة من آرائي
42	49	13	15	29	34	قريبة من واقع الانتخابات في العراق
23	28	4	5	19	23	لأنني لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع
12	15	3	4	9	11	تسهم بزيادة معلوماني عن الانتخابات
100	119	28	33	72	86	المجموع

يرضح الجدول رقم (190) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (68.5٪).

جدول رقم (190) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المثوي) لأسباب اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات القضائية العراقية عن إنتخابات بجالس للحافظات العراقية

الأحية	عجموع	رة	الم	أسباب اتفاق آراء المينة مع
<b>1</b>	المتوسط	الإناث	الذكور	الآراء التي تقدمها الفضائيات
P%	الحسابي	للتوسط السابي	التوسط الحسابي	العراقية عن إنتخابات مجالس
68.5	2.74	2.88	2.69	المحافظات العراقية

س24: الأسباب التي جعلت عينة الدراسة لا تنفق مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات القضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (191) أن أسباب عدم انفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية تمثلت في المرتبة الأولى بسبب كونها (ليست قريبة من واقع الانتخابات في العراق)، إذ حصلت على أعلى مجموع من المتكرارات بلغت (20) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (16) تكراراً وبنسبة (28٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية إعتقاد عينة المدراسة أن السبب في عدم اتفاق آراء عينة المدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان الني تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان الذكور (9) تكرارات وبنسبة (18٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات بمجموع نكرارات بلغت قرارات الإناث الذكور (11) تكراراً وبنسبة بمجموع نكرارات بلغت (13) تكراراً وبنسبة (18٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت تكرارين وبنسبة (4٪)؛ وجاءت في المرتبة المرابعة الإجابة (لا تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت المرابعة الإجابة (لا تسهم بزيادة معلوماتي عن الانتخابات) بمجموع تكرارات بلغت

(10) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (6) تكرارات وبنسبة (10٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (4) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن السبب الرئيس لعدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء والقضايا التي تقلمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية يتمثل في كونها ليست قريبة من واقع الانتخابات في العراق رغم كونها قنوات فضائية عراقية والعاملين فيها كوادر عراقية والذي أدئ إلى أن تكون بعيدة عن الواقع الحقيقي للقضايا والأحداث العراقية وأسهم في عدم فهم ما يحتاجه الفرد العراقي.

جدول رقم (191) يوضح أسباب عدم اتفاق آراء هيئة الدراسة مع الأراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		سرة	البه		أسياب حدم اتفاق آزاء العينة مع
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	الآراء التي تقدمها الغضائيات
المثوية		7.	عاد	Z	عدد	العراقية عن إنتخابات مجالس المالالمالات تا
			التكرارات		النكرارات	المحافظات العراقية
25	14	9	5	16	9	ليست قريبة من آراتي
35	20	7	4	28	16	ليست قريبة من واقع الانتخابات
						في العراق
23	13	4	2	19	11	لأنتي أمتلك فكرة سابقة عن
				Щ		الموضوع
17	10	7	4	10	6	لاتسهم بزيادة معلوماي حن
						الانتخابات
100	57	27	15	73	42	المجموع

يوضح الجدول رقم (192) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2.5) وبنسبة اتفاق بلغت (66.7).

جدول رقم (192) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب عدم اتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهية	مجموع	1,-	البم	أسباب حدم اتفاق آراء عينة
النسبية		الإناث	الذكور	الدراسة مع الأراء التي
P%	المساب	المتوسط الحسابي	المتوسط المسابي	تقدمها القنوات الفضائية
66.7	2.67	2.67	2.67	المراقية عن إنتخابات عمالس المحافظات العراقية

س25: تقييم عينة الدراسة للنغطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية في القنوات الفضائية العراقية:

يوضح الجدول رقم (193) أن تقييم عينة الدراسة في عافظة بغداد للتغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية والخاصة بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شلملة إلى حد ما)، إذ حصلت على المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (66) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (50) تكراراً وبنسبة (36٪)، أل حصة الإناث فقد بلغت (16) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (شاملة) والتي وجدت فيها عينة الدراسة أن التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفصائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة) بمجموع (46) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (30) تكراراً وبنسبة (22٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (16) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (غير بلغت (16) التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس بلغت أي أن التغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس

المحافظات العراقية كانت (غير شاملة) وبمجموع تكرارات بلغ (28) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (18) تكراراً وبنسبة (13٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت الكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وبنسبة (7٪)؛ يتضح من التاثيج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة البصرة وجدت أن المتغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كانت (شاملة إلى حد ما) وهذا يؤشر خللاً في آلية عمل المقوات الفضائية في قضية تعد أحدى أهم قضايا الرأي العام العراقي والتي تمهد لبناء المستقبل في العراق وفي المجالات كافة.

جدول رقم (193) يوضح تقبيم عينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجس		رة	تقييم العينة للتغطية		
النسب	المنكرارات		الإناث		الذكور	الأعلامية التي قدمتها
المثوية		7.	هدد التكرارات	7.	عدد التكرارات	الفضائيات العراقية لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية
33	46	11	16	22	30	شاملة
47	66	11	16	36	50	شاملة إلى حد ما
20	28	7	10	13	18	غير شاملة
100	140	29	42	71	98	المجموع

يوضح الجدول رقم (194) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2.5) وبنسبة اتفاق بلغت (71٪).

جدول رقم (194) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لتقييم حيثة البحث للتغطية الاعلامية الني قدمتها القنوات الفضائية العسبية (الوزن المئوي) لتقييم حيثة البحث للتغطية الاعلامية الني قدمتها القنوات الفضائية المسابقة المراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأحمية	عجموع	سرة	تقييم حينة الدواسة للتغطية			
النسبية	التوسط	الإتاث	الذكور	الاعلامية التي قدمتها		
P%	الحسابي	التوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	القنوات الفضائية المراتية لإنتخابات مجالس		
71	2.13	2.14				

س26: مدى حدوث مناقشات داخل عوائل عينة الدراسة عن إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طربق متابعة التغطية الإعلامية لها:

يوضح الجدول رقم (195) أن التغطية الإعلامية التي قنعتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات بجالس المحافظات العراقية قد سببت حدوث نقاش داخل عوائل عينة الدراسة، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى بجموع تكرارات بلغت (60) تكراراً، وحصة وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور منها (43) تكراراً وبنسبة (13٪)، وحصة الإناث منها بلغت (17) تكراراً وبنسبة (12٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حد ما) أي حدوث (نوعاً ما) نقاش داخل عوائل عينة الدراسة بسبب ما قلعته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (50) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (35) تكراراً وبنسبة (25٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (15) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإحابة (كلا) أي عدم وجود تأثير للتغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات علم وجود تأثير للتغطية الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات تكرارات بلغت (15) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (20) تكراراً وبنسبة (14٪)؛

أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وينسبة (7٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة في محافظة البصرة قد تأثرت بها قدمته القنوات الفضائية العراقية حول إنتخابات مجالس المحافظات العراقية سواء بشكل سلبي أو أيجابي مما أدى إن حدوث نقاشات داخل عوائل عينة الدراسة.

جدول رقم (195) يوضح مدى حدوث تقاش بين حينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التغطية الاعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

مجموع	مجموع		7ء	البه	مدى حدوث نقاش بين العينة	
النسب	التكرارات		الذكور الإثاث		وأسرهم يثاء على متابعة	
المثوية		7.	مدد ٪ عدد ٪ التكوارات التكوارات		التغطية الأعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية	
43	60	12	17	31	43	تعم
36	50	11	15	25	35	إلى حد ما
21	30	7	10	14	20	كلا
100	140	30	42	70	98	الجموع

يوضح الجدول رقم (196) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (73.7٪).

جدول ركم (196) يوضح مجموع الوصط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة النقطية الاعلامية التي قدمتها القوات الفضائية العراقية لإنتخابات مجالس المحاقظات العراقية

الأهمية	مجموع	رة .	الم	مدى حدوث نقاش بين عينة
النسبية	المتوسط	الإثاث	الذكور	الاراسة وأسرهم بناء حلى
P%	المسابي	المتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	متابعة التفطية الإعلامية
73.7	2.21	2.17	2.23	لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية

س27: مدى اعتماد معلومات ومناقشات عينة الدراسة عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية:

بوضح الجدول رقم (197) أن عبنة الدراسة اعتمدت (إلى حد ما) في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، إذ حصلت الإجابة (إلى حد ما) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (74) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور (50) تكراراً وبنسبة (74٪)، أب حصة الإناث فقد بلغت (24) تكراراً وبنسبة (17٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (كلا) أي أن عينة الدراسة لم تعتمد في معلوماتها ومناقشتها عن المشاركة في إنشخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية بمحجموع تكرارات بلغت (35) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (23) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (12) تكراراً وبنسبة (9٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أعتهاد عينة الدراسة في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية، بمجموع (31) تكراراً وبنسبة (31٪)، العراقية، بمجموع (31) تكراراً وبنسبة (31٪)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن العراقية، بمجموع من النتائج أعلاه أن

أغلبية عينة الدراسة قد أعتمدت بشكل متوسط عن طريق الإجابة (إلى حد ما) في معلوماتها ومناقشاتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بما عرضته القنوات الفضائية العراقية، وهذا يؤكد الدور الضعيف والسلبي للقنوات الفضائية العراقية في إنتحابات مجالس المحافظات العراقية.

جدول رقم (197) يوضح مدى اعتباد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية

مجموع	مجموع		ī,	اعتباد العينة في مناقشاتها		
النسب	التكرارات	7.	الإثاث عدد التكرارات	الذكور عدد ٪ التكرارات		ومعلوماتها عن المشاركة في إنتخابات مجانس المحافظات العراقية بها عرضته القضائيات العراقية
22	31	4	6	18	25	تمم
53	74	17	24	36	50	إلى حد ما
25	35	9	12	16	23	245
100	140	30	42	70	98	المبموع

يوضح الجدول رقم (198) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الإناث كان أقل من معيار الإختبار، بينها كان متوسط الذكور اكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (65.7). جدول رقم (198) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى اعتباد هيئة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية

الأهمية	مجموع	سرة	البه	مدى اعتماد عينة الكراسة في
النسبية	المتوصط	الإثاث	الذكور	مناقشاتها ومعلوماتها هن
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	للتوصط الحسابي	المشاركة في إنتخابات مجالس
65.7	1.97	1.86	2.02	المحافظات العراقية بها حرضته القنوات الفضائية العراقية

س28: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لمدى عينة الدراسة في أنتخاب مرشح معين:

يوضح الجدول رقم (199) أن القنوات الفضائية العرائية لمرتسهم في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بأنتخاب مرشح معين، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (63) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (44) تكراراً وينسبة (31٪)، وحصة الإناث منها بلغت (19) تكراراً وينسبة (41٪)، وجاءت في المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فقد كانت من حصة الإجابة (إلى حدماً) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في تكوين القناعة لمدئ عينة الدراسة بأنتخاب مرشح معين، بمجموع (57) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (40) تكراراً وينسبة (21٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في تكوين القناعة لمدئ عينة الدراسة بأنتخاب مرشح معين، بمجموع (20) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور عينة الدراسة بأنتخاب مرشح معين، بمجموع (20) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وبنسبة (6))، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (6) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين وبنسبة (4٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في تكوين

القناعة لدى عينة الدراسة بأنتخاب مرشح معين وأنعدم تأثيرها في هذا المجال مما يدل على فقدال التأثير المطلوب من قبل القنوات الفضائية العراقية في المتلقي العراقي كها أنه في الوقت نفسه يؤشر حالة أيجابية تتمثل في عدم دعوتها لانتخاب جهة معينة والأنحياز إلى جانب فئة معينة.

جدول رقم (199) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين الفناعة لمدى عينة المدراسة بانتخاب مرشح معين

مجموع	مجموع		برة	الب		مدى إسهام القنوات
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	الفضائية العراقية في تكوين
المتوية		7.	مدد ٪ عدد		القنامة لدى حينة الدراسة	
			النكوارات		النكرارات	بانتخاب مرشح معين
14	20	4	6	10	14	لعم
41	57	12	17	29	40	إلى حد ما
45	63	14	19	31	44	צע
100	140	30	42	70	98	المجموع

بوضح الجدول رقم (200) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (56.3٪). حدول رقم (200) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدى عينة الدراسة باتنخاب مرشح معين

الأعمية	مجموع	. S	مدى إسهام القنوات		
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية العراقية في	
P%	الحسابي	المتوسط الحسابي	للتوسط الخسابي	تكوين الفناعة لدى عينة	
56.3	1.69	1.69	1.69	الدراسة بانتخاب مرشح معين	

س29: مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في النعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (201) أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية. إذ حصلت الإجابة (إني حدماً) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الأولى بمجموع تكرارات بلغت (59) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (39) تكراراً وبنسبة (28٪)، وحصة الإناث منها بلغت (20) تكراراً وبنسبة (14٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (كلا) أي أنّ القنوات الفضائية العراقية لم تسهم في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع (52) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (38) تكراراً وبنسبة (27٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (14) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما للرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين، بمجموع تكرارات بلغ (29) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (21) تكراراً وبنسبة (15٪)، أما عدد تكرارات الإناث نقد بلغت (8) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ والنتأثج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية أسهمت بشكل متوسط عن طريق الإجابة (إلى حد ما) في التعريف بالبرذمج الانتخابي للمرشحين لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وأنعدم من ثمَّ تأثيرها في هذا المجال مما يؤكد عدم وجود دور للقنوات الفضائية العراقية في إنتخدات مجالس المحافظات والتعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين فيها.

جدول رقم (201) يوضح مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخاب للمرشعين

مجنوع	مجموع		رة	مدى إسهام القنوات		
النسب	التكرارات		الإناث		الذكور	الفضائية العراقية في
المثوية		7.	عدد التكرارات	1.	عند التكرارات	التمريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين
21	29	6	8	15	21	تعم
42	59	14	20	28	39	إلى حد ما
37	52	10	14	27	38	کلا
100	140	30	42	70	98	الجموع

يوضح الجدول رقم (202) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإدث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وينسبة اتفاق بلغت (61.3٪). جدول رقم (202) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين

الأهية	مجموح	3,7	مدى إسهام القنوات	
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	الفضائية المراقية في
P%	الحساب	المتوسط الحسابي	الترسط الحسابي	التمريف بالبرنامج الانتخابي
61.3	1.84	1.86	1.83	للمرشحين

س30: الاهتهامات التي أثارتها القنوات الفضائية العراقية عن طريق التغطية الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية:

أولاً: الدعوة إلى عدم المشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول رقم (203) أن القنوات الفضائية العراقية لر تقُم بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهده الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات وجاءت في المرتبة الأولى، بمجموع تكرارات بلغت (50) تكراراً كانت حصة الذكور منها (32) تكراراً وينسبة (28))، وحصة الإناث منها بلغت (18) تكراراً وينسبة (15٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (40) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (29) تكراراً وبنسبة (21٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (12) تكراراً وبنسبة (10٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (إلى حد ما) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت إلى حد ما بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (25) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (18) تكراراً وبنسبة (16٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وبنسبة (6٪)؛ والنتائج أعلاه توضع أن القنوات الفضائية العراقية لم تقوم بالدعوة إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية المؤالة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية المذالة المنابات.

جدول رقم (203) يوضح مدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى عدم المشاركة في إنتخابات تجالس للحافظات العراقية عن طريق النفطية الاعلامية غا

مجموع	مجموع		سرة	مدى دعوة الفضائيات		
النسب	التكرارات		الإثاث	الذكور		العراقية للعينة إلى عدم
المثوية		7.	هند التكرارات	7.	حدد التكوارات	المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق التفطية الاعلامية لها
35	40	10	12	25	29	تعم
22	25	6	7	16	18	إلى حد ما
43	50	15	18	28	32	کلا
100	115	31	37	69	79	المجموع

يوضع الجدول رقم (204) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (63.7). جدول رقم (204) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة البحث إلى عدم المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقية من طريق التغطية الاعلامية لما

الأمية	عجموع	٤,	البم	مدى دعوة الفنوات الفضائية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	العراقية لمينة البحث إلى عدم
P%	내	للتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	المشاركة في إنتخابات بجالس المحافظات العراقية عن طريق
	3.			
63.7	1.91	1.84	1.96	التغطية الاعلامية لها

## ثانياً: الدعوة والتحقيز على المشاركة في الانتخابات:

يوضح الجدول رقم (205) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالدعوة والتحفيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (نعم) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (57) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور (37) تكراراً وينسبة (30٪)، أم حصة الإناث فقد بلغت (20) تكراراً وينسبة (17٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدماً) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكر متوسط بالدعوة والتحفيز لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع تكرارات بلغت (50) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (37) تكراراً وينسبة (30٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (13) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لر تقُّم بالدعوة والتحفيز لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق تغطيتها الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (15) تكواراً، بلغت تكوارات الذكور (10) تكوارات وبنسبة (8٪)، أما تكوارات الإناث فقد بلغت (5) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ والمنتائج أعلاه توضح أن الْقنوات الفضائية العراقية قمت بالدعوة والتحفيز إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية عن طريق ما قدمته من تغطية إعلامية لحذه الانتخابات.

جدول رقم (205) يوضح مدى دعوة وتحقيز القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس للحائظات العراقية عن طريق التفطية الاعلامية لها

محموع	مجموع		برة	الم		مدى دموة وتحفيز القتوات
التىب:	التكرارات		الإثاث		الذكور	الفضائية العراقية لمعينة اللوامسة
المئوية		7.	فلد	Z	عدد	إلى المشاركة في إنتخابات بجالس
			التكرارات		التكرارات	المحافظات العراقية هن طريق التغطية الاعلامية ضا
47	57	17	20	30	37	تعم
41	50	11	13	30	37	إلى حدما
12	15	4	5	8	10	كلا
100	122	32	38	68	84	الجموع

يوضح الجدول رقم (206) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (78٪). جدول رقم (206) يوضح مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى دعوة وتحفيز القنوات الفضائية المراقية لمينة الدراسة إلى المشاركة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقية عن طريق النفطية الاعلامية فما

الأهمية	عموع	برة	البم	مدى دهوة وتحفيز المقنوات
النسبية	المتوسط	الإتاث	الذكور	الغضائية العراقية لعينة المداسة
Р%	الحسان	للتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	إلى المشاركة في إنتخابات مجانس
78	2.34	2.39	2.32	المحافظات العراقية عن طريق التغطية الإعلامية لها
				التالطية الاحترجية عا

## ثالثاً: الدعوة إلى إختيار قائمة مرشحة معينة والتحيز اليها بشكل مباشر:

يوضح الجدول رقم (207) أن القنوات الفضائية العراقية لر تقُم بدعوة عينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والنحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، إذ حصلت الإجابة (كلا) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (54) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور منها (36) تكراراً وبنسبة (32٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (18) تكراراً وبنسبة (16٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (إلى حدمًا) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت (نوعاً ما) بدعوة عينة الدراسة إلى إختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع (44) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور منها (32) تكراراً وبنسبة (28٪)، أم تكرارات الإناث فقد بلغت (12) تكراراً وبنسبة (11٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بدعوة عينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، بمجموع تكرارات بلغ (15) تكراراً، بلغ عدد تكرارات اللكور (9) تكرارات وبنسبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث نقد بلغت (6) تكرارات وبنسبة (5٪)؛ والنتائج أعلاه توضح أن القنوات الفضائية العراقية لر تقوم بالدعوة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من التغطية الإعلامية لهذه الانتخابات، وهذا يبعدها عن التحيز في عملها الإعلامي.

جدول رقم (207) يوضح مدى دعوة القنوات الفضائية المراقية لعينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس للحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التفطية الاعلامية

مجموع	مجموع	البصرة				مدى دحوة القنوات الفضائية
النسب	التكرارات	٤	الأثام		الذكور	العراقية لعينة الدراسة
المتوية		7.	علد	7.	علد	لإخنيار قائمة معينة مرشحة
			المتكرارات		التكواوات	في إنتخابات مجالس المناف المساتة المسام
						المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق
						اليها مباشرة فان طريق التغطية الأهلامية
13	15	5	6	8	9	لعم
39	44	11	12	28	32	إلى حد ما
48	54	16	18	32	36	کلا
100	113	32	36	68	77	الجموع

يوضح الجدول رقم (208) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط اللكور ومتوسط اللكور ومتوسط الإغاث كان اقل من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (55٪).

جدول رقم (208) يوضح مجموع الوصط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزز المثوي) لمدى دعوة القنوات الفضائية العراقية لمعينة الدراسة لإختيار قائمة معينة مرشحة في إنتخابات مجالس المحافظات المراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية الاعلامية

الأحمية	بجنوع	3,7	البم	مدى دعوة الفضائيات العراقية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	للعينة لإختيار قائمة معينة
P%	الحسابي	التومط الحساي	المتوصط الحسابي	مرشحة في إنتخابات مجالس
55	1.65	1.67	1.65	المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة عن طريق التغطية
				الأعلامية

رابعاً: التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات وبراميج المرشحين:

يوضح الجدول رقم (209) أن القنوات الفضائية العراقية قامت بشكل متوسط بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية فاء إذ حصلت الإجابة (إلى حد ما) على أعلى مجموع تكرارات بلغت (55) تكراراً، وجاءت في المرتبة الأولى، كانت حصة الذكور منها (35) تكراراً وبنسبة (35٪)، أما حصة الإناث فقد بلغت (20) تكراراً وبنسبة (18٪)؛ جاءت بعدها وفي المرتبة الثانية الإجابة (نعم) أي أن القنوات الفضائية العراقية قامت بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية فا، بمجموع تكرارات بلغت (37) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (30) تكراراً وبنسبة (28٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (7) تكرارات وينسبة (6٪)؛ أما المرتبة الثالثة فكات من حصة الإجابة (كلا) أي أن القنوات الفضائية العراقية لم تقوم بالتعريف بإنتخابات عبالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية فا، بمجموع عبالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية فا، بمجموع عبالس المحافظات العراقية ويرامج المرشحين فيها من التغطية الإعلامية فا، بمجموع الإناث فقد بلغت تكرارات الذكور (11) تكراراً وينسبة (16٪)، أما تكرارات الفنوات الفنوات الفنوات الفعرة أي والمتائج أعلام توضح أن القنوات الإناث فقد بلغت (6) تكرارات وينسبة (6٪)؛ والمتائج أعلام توضح أن القنوات

الفضائية العراقية قامت بالتعريف بشكل متوسط بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها من الإجابة (إلى حدما)، مما يؤشر من ثمَّ ضعف الدور الإعلامي والتثقيمي في العملية الانتخابية وتنوير الرأي العام بهاهية عملية الانتخابات وحصوصاً إشخابات مجالس المحافظات لكونها تجربة حديثة على المجتمع وفق القائمة المفتوحة في انتخاب للرشحين فيها.

جدول رقم (209) يوضح مدى قيام الفنوات القضائية العراقية في التعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامح للرشحين فيها من التغطية الاعلامية لها

I	مجموع مجموع			برة	الْبه		مدى قيام القنوات الفضائية المراقية :
İ	النسب	النكرارات	الإناث		الذكور الإناث		قي التعريف بإنتخابات مجالس
	المثوية		7.	حلد التكرارات	γ.	عدد التكرارات	المحافظات المراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التعطية الاعلامية غا
	34	37	6	7	28	30	نعم
I	50	55	18	20	32	35	إلى حد ما
	16	17	6	6	10	11	צצ
	100	109	30	33	70	76	المجموع

يوضح الجدول رقم (210) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتفاق بلغت (72.7٪).

جدول رقم (210) يوضح مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وبرامج المرشحين فيها عن طريق التفطية الاعلامية لها

الأعبية	مجموع	1,,	البم	مدى قيام الفنوات الفضائية العراقية
النسبية	المتوسط	الإناث	الذكور	بالتعريف بإنتخابات مجالس
P%	الحسابي	التوسط المساي	لكتوسط الحسابي	المحافظات العراقية وبراميج
72.7	2.18	2.03	2.25	المرشيحين فيها عن طريق المتغطية الإعلامية لها

س31: الأساس الذي أعتمد عليه الذين شاركوا في إنتخابات مجالس المحافظات العراقية من عينة الدراسة في إختيار مرشحهم:

يوضح الجدول رقم (211) أن الأساس الذي اعتملته عينة الدراسة في إختير المرشح لإنتخابت مجالس المحافظات العراقية كان بالدرجة الأولى (البرنامج الانتخبي للمرشح)، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (42) تكراراً كانت حصة الذكور منها (25) تكراراً وبنسبة (26٪)، وحصة الإناث منها (15) تكراراً وبنسبة (14٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية (العلاقات الشخصية) كأحدى الأسس التي أعتملتها عينة الدراسة في إختيار المرشح الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع (35) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (25) تكراراً وينسبة (24٪)، أما تكرارات الإناث فقد بلغت (10) تكرارات وينسبة (10٪)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة (الولاء الديني) كأحدى الأسس التي اعتملتها عينة الدراسة في إختيار المرشح الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع تكرارات بلغت (16) تكراراً، بلغ عند تكرارات الذكور (16) تكراراً وبنسبة (15٪)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للأناث في هذه الإجابة، وجاءت في المرتبة الرابعة الإجابة (وجهة النظر التي رسختها القتوات القضائية العراقية) كأحدى والسس التي أعتمدتها عينة الدواسة في إختيار المرشح الإنتخابات مجالس المحافظات

العراقية، بمجموع تكرارات بلغت (8) تكرارات، كانت حصة الذكور منها (4) تكرارات وبنسبة (4٪)؛ في تكرارات وبنسبة (4٪)؛ في حين جاءت الإجابة (الولاء الحزبي السيامي) في المرتبة الحامسة كأحدى الأسس التي أعتمدتها عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات بحالس المحافظات العراقية، بمجموع تكرارات بلغت (3) تكرارات، بلغ عدد تكرارات الذكور (3) تكرارات وبنسبة (3٪)، ولم يتم تسجيل أي تكرار للأناث في هذه الإجابة؛ ولم يتم تسجيل أي تكرار للمتغير أن الأساس الذي أعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية كان بالدرجة الأولى (البرنامج الانتخابي المرشح) والذي احتل المرتبة الأولى، في حين جاء ترتيب الإجابة (وجهة النظر التي رسختها القنوات الفضائية العراقية) في المرتبة الرابعة عما يؤكد ضعف دور القنوات الفضائية العراقية) في المرتبة الرابعة عما يؤكد ضعف دور القنوات الفراقية وأسهم من ثمّ في عدم جعلها في مقلمة الأسس التي اعتمدها الناخب في عملية انتخاب المراقية.

جدول رئم (211) يوضع الاساس الذي اعتمدته عينة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس للحافظات العراقية

مجموع			Ē,	المر	الاسلس الذي اعتمدته عيث	
السب العال	المتكوارات		الإنات		الذكور	الدراسة في إحتيار المرشح لإنتحابات بجالس المحافظات
الثوبة		7.	مدد التكوارات	£	ملد التكرارات	العراقية
40	42	14	15	26	27	البرنامج الانتخابي للموشح
34	35	10	10	24	25	(لعلاقات الشخصية
3	3	-	-	3	3	الولاء الحزبي السيامي
15	16	-	-	15	16	الولاء الديني
8	8	4	4	4	4	तंत्रतंत्रविक्षिति हे स्र
-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
100	104	28	29	72	75	المجموع

يوضح الجدول رقم (212) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإختبار البالغ (3.5) وبنسبة انفاق بلغت (76.8).

جدول رقم (212) يوضح بجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية التسبية (الوزن المئوي) للاساس الذي اعتمدته حيثة الدراسة في إختيار المرشح لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهبة	مجموع	برة	البه	الاساس الذي احتمدته حيثة
النسية	للتوسط	الإناث	الذكور	الدراسة في إختبار للرشح
P%	القساي	للتوسط الحساب	لكومط الحساي	لإنتخابات مجالس المحافظات المراقية
76.8	3.84	4.1	3.73	الكار اليه

س32: تقييم التغطبة الإخبارية للقنوات الفضائية العراقية في إننخابات مجالس المحافظات العراقية:

يوضح الجدول رقم (213) أن القنوات الفضائية العراقية كانت حيادية في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية، إذ حصلت الإجابة (حيادية) على أهل مجموع تكرارات بلغت (66) تكراراً، كانت حصة الذكور منها (47) تكراراً وينسبة (34٪)، وحصة الإناث منها (19) تكراراً وينسبة (14٪)؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية أن القنوات الفضائية العراقية كانت (متحيزة) في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحفظات العراقية بمجموع (49) تكراراً، بلغت تكرارات الذكور (37) تكراراً وبنسبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغت (12) تكراراً وبنسبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث قد بلغت (12) تكراراً وبنسبة (8٪)، أما عدد تكرارات الإناث عبالس المحافظات العراقية العراقية كانت غير مهتمة في تغطيتها الإعلامية بإنتخابات مجالس المحافظات العراقية بمجموع تكرارات بلغت (25) تكراراً، بلغ عدد تكرارات الذكور (14) تكراراً وينسبة (10٪)، أما عدد تكرارات الإناث فقد بلغ (11) تكراراً وينسبة (8٪)؛ والنتائج أعلاء تبين أن القنوات الفضائية العراقية يعزز من مهنيتها العراقية كانت حيادية في تغطيتها الإعلامية لإنتخابات مجالس المحافظات العراقية وهذا يؤشر صفة أيجابية للقنوات الفضائية العراقية يعزز من مهنيتها .

جدول رقم (213) يوضح كيفية تعامل القنوات الفضائية العراقية في تغطيتها لإنتخابات مجالس المحافظات المراقية

مجموع	مجموع		سرة	لبه		كيمية تعامل الفنوات
النسب	النكرارات		الذكور الإناث		الذكور	الفصائية العراقية في
المثوية		X	علد التكرارات	7.	حارد المنكواوات	تغطيتها لإنتخابات بجالس المحافظات العراقية
48	66	14	19	34	47	حيادية
34	49	8	12	26	37	متحيزة
18	25	8	11	10	14	قير مهتمة
100	140	30	42	70	98	المجموح

يوضح الجدول رقم (214) أن المتوسط الحسابي العام ومتوسط الذكور ومتوسط الإناث كان أكبر من معيار الإختبار البالغ (2) وبنسبة اتقاق بلغت (76.3٪). جدول رقم (214) يوضع مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لكيفية تعامل الفنوات الفضائية العراقية في تفطيتها الإنتخابات مجالس المحافظات العراقية

الأهية	مبسوع	à,	كيفية تعامل القنوات	
النبية <b>19%</b>	الثوسط	الإثاث	الذكور	الفضائية المراقية في
F-70	الساي	فاتوسط المعسابي	التوسط الحمابي	تقطيتها لإنتخابات مجانس المحافظات
76.3	2.29	2.19	2.34	المراقية

## قائمة المصادر والمراجع

# أولاً: القرآن الكريم.

## ثانياً: المعاجم والقواميس:

- 1) المعجم الوسيط، الجزء الثاني، القاهرة، دار الفكر.
- 2) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، ختار الصحاح، تحقيق محمود خاطر، مكتبة لبنان، ببروت، 1415 هـ.
  - 3) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار القجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 4) \_\_\_\_\_\_ المجلد الثالث، دار
   الفجر للنشر والتوزيم، 2003.
  - 5) منير البعلبكي، قاموس المورد، دار العلم للملايين، بيروت، 2006.

## ثالثاً: الكتب العربية:

- 1) إبراهيم امام، الإعلام الاسلامي، مكتبة المصرية، القاهرة، بلا.
- المصرية، القاهرة، 1976.
  - البراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
- 4) إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق للنشر
   والتوزيع، عيان، 1999.
- أحمد بدر، الاتصال بالجهاهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 6) \_\_\_\_\_\_ الرأي العام (طبيعته وتكوينه ودوره في السياسة العامة)، مكتبة غريب، القاهرة، 1977.

- 7) أديب خضور، أزمة إعلام أم ازمة أنظمة، المكتبة الإعلامية، بعشق، 2003
- 8) أديب مروقه الصحافة العربية (نشأتها وتطورها)، دار مكتبة الحياة، بيروت، ب.ت
- 9) أنور السباعي، التخطيط الإعلامي السياسي، وزارة الثقافة والإرشاد، دمشق، 1971.
- 10) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالر الكتب، القاهرة، 2008.
- 11) ـــــــ في الوطن العربي، مور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1993.
- 12) برُهان شاوي، مدخل في الاتصال الجهاهيري ونظريات التأثير، ط2، دار الكندي للنشر والتوزيع، اربد – الأردن، 2008.
- 13) تيسير أبو عرجه، دراسات في الصحافة والإعلام، دار مجدلاوي للنشر، الاردن، 2000.
- 14) جيهان أحمد رشتي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971.
- 15)\_\_\_\_\_ الأمس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
  - 16) حمد ربيع ، نظرية السياسة الخارجية، كلية الإدارة والاقتصاد، القاهرة، 1973.
- 17) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الإجتماعي، ط5، عالر الكتب، القاهرة، 1984.
- 18) حسن عهاد مكاوي وليل حسين السيف الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.

- 19) حسن عهاد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 20) حميد جاعد محسن، التخطيط الإعلامي (المقاهيم والإطار العام)، دار الشروق للمشر والتوزيع، عمان-الاردن، 1998.
  - 21) حميدة سميسم، نظرية الرأي العام: مدخل، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 1992.
- 22) خالد على الهمداني، دور وسائل الإعلام في الإنتخابات، من كتاب ثورة الصورة
   (المشهد الإعلامي وفضاء الواقع)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، بلا.
- 23) راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- 24) \_\_\_\_\_\_ الإعلام العربي المشترك: دراسة في الإعلام العربي الدولي المشترك، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986.
- 25) سعد الدين ابراهيم، إتجاهات الرأي العام العربي نحو مسألة الوحدة العربية، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1985.
  - 26) سعد لبيب وكرم شلبي، الصحافة الإذاعية، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1972.
- 27) سلام خطاب الناصري، الإعلام والسياسة الحارجية الأمريكية (دراسة في الإختراق الإعلامي الأمريكي للوطن العربي)، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 2002.
- 28) سمير عمد حسين، الإعلام والانصال بالجهاهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- 29) سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
- 30) صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، منشورات دار علاء الدين، معشق، 1999.

- 31)صادق الأسود، الرأي العام والإعلام، مديرية التوجيه المعنوي وزارة الدفاع، بغداد، 1990.
- 32) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عهان، 2006.
- (33) عاطف عدني العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام (الأسس النظرية والإسهامات العربية)، دار الفكر العربي، 1998.
- 34) عامر حسن قياض، الرأي العام وحقوق الإنسان، للناشر صباح صادق جعفر، بغداد، 2003.
- 35) عبد الرحمن عزي (وآخرون)، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004.
- 36) عبد الرحمن محمد العيسوي، علم النفس الإعلامي، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2004.
- 37) عبد الستار جواد، إتجاهات الإعلام الغربي: دراسة في الإعلام الانكلو امريكي، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1995.
- - 39) عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984.
    - 40) ..... الصحافة والمجتمع، دار القلم، القاهرة، 1963.
- 41) عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجهاهيري: سوسيولوجيا الإعلام في مجتمعات الجهاهير، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
- 42) ــــــــ علم الاتصال المعاصر (دراسة في الأنهاط والمفاهيم وعار الوسيلة الإعلامية)، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.

- 43) عبد الله بدران، الخبر الصحقي في منهج الإعلام الإسلامي، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، معشق، 2002.
- 44) عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، ط2، مكتبة المدينة، المقاهرة، 1987.
- 45) عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 46) عصام سليمان الموسئ، المدخل في الاتصال الجهاهيري، مكتبة الكتاني، الاردن- أربد، 1986.
- 47) فائق بطي، تطور المقال في الصحافة العراقية، دراسات في الصحافة العراقية، وزارة الإعلام، السلسلة الإعلامية 30، بغداد، 1972.
- 48) فائق فهيم، النطور التاريخي للتلفزيون وموقعه بين وسائل الإعلام، جهاز تلفزيون الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، 1983.
- 49) فاضل البدراني، واقع الصحافة العراقية في زمن الاحتلال الامريكي، من كتب ثورة الصورة (المشهد الإعلامي وفضاه الواقع)، مجموعة مؤلفين، مركز دراسات الوحدة العربية، ببروت.
- 50) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- 51) فضيل دليو، الاتصال (مفاهيمه- نظرياته- وسائله)، دار الفجر للمشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
  - 52) فوزية فهيم، الفن الإذاعي، دار المعارف بمصر، القاهرة، 1978.
    - 53) كرم شلبي، الخبر الإذاعي، دار الشروق، جدة، 1985.
    - 54) ليل عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، القاهرة، 1997.

- 55) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقيار الصناعية، ط2، دار المناهج، عمان، 2003.
- 56)\_\_\_\_\_\_ أمدحل إلى المتصال الجماهيري (مدحل إلى الاتصال الجماهيري (مدحل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن عمان، 2004.
- 57) محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
- 58) محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998.
  - 59) محمد جابر الاخضر، الوظيفة الإخبارية للإعلام، عمان، 1999.
  - 60) محمد حمدان المصالحة، الاتصال السياسي، دار واثل للنشر، عيان، 1986.
- 61)\_\_\_\_\_ المولي المسلسلة الإعلامية في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، السلسلة الإعلامية 3، بغداد، 1984.
- 62) محمد عبد الجبار الشبوط، إنتخابات بلا ديمقراطية، سلسلة الثقافة الديمقراطية، السنة الأولى، العدد الرابع، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 2005.
- 63) عمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالر الكتب، القاهرة، 2000.
- 64)\_\_\_\_\_ دراسة الجمهور في بنعوث الإعلام، عالر الكتب، القاهرة. 1993.
- 65)\_\_\_\_\_ نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالر الكتب، القاهرة، 1997.
- 66) محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية (نظريات وتجارب)، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972.

- 67) محمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991.
  - 68) عمد معوض، الخبر الإذاعي والتليفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
- 69)\_\_\_\_\_\_ المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
- 70) محمد منير حجاب، إدارة الحملات الإنتخابية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 71)\_\_\_\_\_ أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيم، القاهرة، 2006.
- 72) محمد منير سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية، المكتبة العصرية، بيروت، 1999.
  - 73) ختار النهامي، الرأي العام والجرب النفسية، دارالمعارف، القاهرة، 1972.
- 74) مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الاردن، 2000.
  - 75) مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، عالر المعرفة، الكويت، 1985.
- 76)مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، الأهلية للنشر والترزيع، عيان، 2002.
- 77) مي العبد الله سنو، التلفزيون في لبنان والعالر العربي (أي دور لتقنيات الغد؟)، دار المهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2001.
  - 78) منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، بلاء الاسكندرية، 2002
- 79) ناهد رمزي، الرأي العام وسيكولوجيا السياسة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1991.

- 80) نبيل راغب، أساسيات العمل الصحفي المقروء المسموع والمرثي، الشركة المصرية العالمية للنشر، مصر، 1999.
- 81) نسيم الخوري، الإعلام العربي وأنهيار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.
- 82) ـــــــــ فنون الإعلام والطاقة الاتصالية، دار المهل اللبناني للطباعة والنشر، بيروت، 2005.
- 83) نهوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكيك)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
- 84) هادي نعيان الحيثي، الاتصال الجياهيري (المنظور الجديد)، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، الموسوعة الصغيرة، العدد412، 1998.
- 85)\_\_\_\_\_ الاتصال والتغير الثقافي، الموسوعة الصغيرة-23، دار الحرية للطباعة، وزارة الثقافة والفنون، بغداد، 1978.
- 87) هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- 88) هويدا مصطفئ، دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة للمحوث والتدريب والنشر، 2000.
- 89)\_\_\_\_\_ دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، 1991.

## رابعاً: الكتب المترجمة:

- إدوارد ستأشيف ورودي بريتز، برامج التلفزيون إنتاجها وإخراجها، ت: أحمد
   طاهر، مؤسسة سجل العرب، دار الاتحاد العربي للطباعة، القاهرة، بلا.
- إيرانغ كرسبي، الرأي العام وإستطلاعات الرأي والديمقراطية، ت: صادق
   ابراهيم، دار سندباد للنشر، عمان، 1998.
- آرماند ماتیلار ومیشیلیه ماتیلار، نظریات الاتصال، ت: أدیب خضور، المكتبة الإعلامیة، دمشق، 2003.
- 4) أوستن راني، قنوات السلطة (تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية)، ت: موسئ
   جعفر، دار الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، 1986.
- 5) جون ب.الترمان، إعلام جديد، سياسة جديدة؟ (من القنوات الفضائية إلى الانترنيت في العالم العربي)، ت: د.عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، العين الإمارات العربية المتحدة، 2003.
- 6) جون كورنل، التلفزيون والمجتمع، ت:أديب خضور، همشق، المكتبة الإعلامية، 1999.
- دانييل كاتز وآخرون، الإعلام والرأي العام، ت: محمود كامل المحامي، ط2، مكتبة نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة، 1996.
- 8) جورج كاتب، مبدأ الاغلبية، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيلبب غرين، ت: محمد درويش، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.
- و) دوريس أيه جريبر، سلطة وسائط الإعلام في السياسة، ت: أسعد أبو لبدة، دار
   البشير للنشر والتوزيع، عيان، 1997.
- 10) دوج نيوسوم و بوب كاريل، الكتابة للعلاقات العامة (الشكل والأسلوب)، ت: د فايد رباح، مراجعة: د. مي الخاجة، دار الكتاب الجلعي، غزة – فلسطين، 2003.

- 11) دبنيس مكوبل، الإعلام وتأثيراته (دراسات في بناء النظرية الإعلامية)، ت: عثمان العربي، بلا، 1992.
- 12) روبرت ل. هير لارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ت: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي، 2003.
- 13) ريموند وليمز، كلهات أساسية، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيليب غرين، ت: محمد درويش، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.
- 14) ستيفن آينز لابير وآخرون، لعبة وسائط الإعلام (السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون)، ت: شحدة فارع، دار البشير، عيان، 1999.
  - 15) ستيوارت هول، التلفزيون كوسيلة اتصالية، لندن، 1975.
- 16) سيمون سيرفاني، وسائل الإعلام والسياسة الخارجية، ت: محمد مصطفئ غنيم، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، 1995.
- 17) شيلدون آر. جاوايزر وجي. إيفانز ويت، دليل الصحفي إلى إستطلاعات الرأي العام، ت: هشام عبدالله، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عيان، 1997.
- 18) غوستاف لوبون، سيكولوجية الجهاهير، ط2، ت: هاشم صالح، دار الساقي، بيروت، 1997.
- 19) لــُد.جورج مارتن، نظم الإعلام المقارنة، ت: علي درويش، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991.
- 20) كارول سي. غولد، الاشتراكية والديمقراطية، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيليب غرين، ت: محمد درويش، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.
- 21) كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار، ت: أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000.

- 22) كينيث بريوت وآلن ستون، النخب الحاكمة، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيليب غرين، ت: محمد درويش، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.
- 23) لارز لاندستن، نظرية التلفزيون، ت: أديب خضور، ط1، المكتبة الإعلامية، ممشق، 2000.
- 24) لامونت جونسون، نظرية التلفزيون، ت: أديب خضور، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000.
- 25) لاري دايموند، الديمقراطية (تطويرها وسبل تعزيزها)، ت: فوزية ناجي جاسم الدفاعي، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2005.
- 26) مايكل بارنتي، أختراع الواقع، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيليب غرين، ت: محمد درويش، دار المآمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.
- 27) م.دي فلور وس.بال روكاخ، نظريات الإعلام، ت: محمد ناجي الجوهر، ط2، دار الأمل للنشر والتوزيع، الاردن، 2001.
- 28) ملفين ل.ديفلير وساندرا بول.روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ت: كهال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 29) ن. فيلنمان، الاسلام والنضال من أجل الديمقراطية، ت: فوزية ناجي جاسم، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2005.
  - 30) وارن. ك. آجي، وسائل الإعلام، ت: ميشيل تكلا، القاهرة، 1994.
- 31) وليام ريفرز وآخرون، الاتصال الجيهايري والمجتمع المعاصر، ت: أحمد طلعت الشبيبي، دار المعرفة الجلمعية، مصر، 2005.

#### خامساً: البحوث والدراسات:

- التقرير المركزي السياسي الصادر عن المؤتمر القطري التاسع، 1982، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1983.
- 2) أحمد زين الدين، الإعلام والصراعات (متغيرات قد تقلب الصورة)، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004.
- 3) أحمد مطهر عقبات، التعبير الصوري في البرنامج التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية،
   تونس، ع4، 2003.
- 4) أدمون غريب، الإعلام الأمريكي والعرب، مجلة المستقبل العربي، ع10، مركز
   دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000.
- 5) بدران عبد الرزاق بدران، التلفزيون وسيكولوجية الفرد، عجلة البحوث، ع18،
   بغداد، اتحاد اذاعات الدول العربية، ايلول 1986.
- 6) جمال الزرن، قراءة في الإعلام العراقي بعد الاحتلال وإشكالية الهيكلة، الدراسات
   الاستراتيجية، البحرين، السنة 2، العدد 4، 2006 .
- 7) حميدة سميسم، التضليل الإعلامي في العدوان الثلاثيني، مجلة آفاق عربية، بغداد،
   العدد 1-2 كانون الثاني، شباط 1995.
- 8) حميدة سميسم، الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق، بحث مقدم إلى المؤتمر القطري الأول للإعلام، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، تشرين الأول، 2001.
- 9) خالد حبيب الراوي، ثرابت السياسة الإعلامية في العراق، مجلة آفاق عربية، بغداد،
   ح7، ثموز 1993.
- 10) حالد حبيب الراوي، سياسة الأمن الإعلامي في العراق، مجلة الأمن القومي، ع3، 1985.

- 11) سعد لبيب (وآخرون)، أعمال ندوة الإختراق الإعلامي للوطن العربي، القاهرة، 23-24 تشرين الثاني 1996، ط2، 1999.
- 12) صبح ياسين، الإعلام في العراق (المسيرة .. الواقع .. وإعادة البناء)، ورقة عمل قدمت إلى ندوة مستقبل العراق، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 25 28 تموز 2005.
- 13) عبد الوهاب الرامي، التلفزيون والإنتخابات (نحو تأسيس علاقة إيجابية)، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع4، 2000.
- 14) على خليفة الكواري، نحو رؤية مستقبلية لتعزيز المساعي الديمقراطية في أقطر مجلس التعاون لدول الخليج العربية، مجلة المستقبل العربي، ع267، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- 15) فاطمة فيصل العتيبي، ورقة عمل قلمت إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 14 صفر 1428هـ.
- 16) فؤاد المرسي خاطر، التحليل السياسي في العمل الإعلامي، مجلة البحوث، العدد15، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1985.
- 17) قيس الياسري، الإعلام العربي والوظيفة المفقودة، مجلة آفاق عربية، السنة التسعة عشرة، ع5، بغداد، 1994.
- 18) كامل القيّم، الإعلام وشفافية المعلومات في ظل الإنتخابات المحلية في العراق، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر السنوي العلمي الثالث لكلية الإعلام/ جامعة بغداد، 2009.
- 19) نصير بوعلي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة، عجلة الإذاعات العربية، تونس، ع4، 2000.

20) هادي نعمان الهيتي، الاتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد وإحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 18، ع205، 1996.

21) عمد عبد الجبار الشبوط، إنتخابات بلا ديمقراطية، سلسلة الثقافة الديمقراطية، السنة الأولى، العدد الرابع، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 2005.

22) لاري دايموند، إنتخابات بلا ديمقراطية، سلسلة الثقافة الديمقراطية، السنة الأولى، العدد الرابع، دار الشؤون الثقافية، بغداد، 2005.

# سادساً: الكتب الأجنبية:

 Alex Tan "mass communication theories and Research, op. cit.

2) Protess, David, L., and Mecombs, Maxwell (eds) Agenda – setting readings on media, public opinion and policy making, Law wrence associate (New Gersy, 1991).

3) Berger, Charles, and Chaffee, Steven, "ed" (1987), Handbook of Communication Science, Newbury Park, London, New Delhi, Sage Publications.

4) Rogers, Everett, and Dearing, James, (1993), The Anatomy of Agenda-Setting Research, Journal of Communication, Vol. 43, No.3.

5) Sidney Kraus & Dennis Davis (1976) The Effects of Mass Communication on Political Behavior the Pennsy Lvania State University. Pn.

## سابعاً: الرسائل والأطاريح الجامعية:

- جاسم حسن عطية العبوسي، الأبعاد الاستراتيجية للإعلام العراقي في التسعينيات
   (1990-1999)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الأداب، 2001.
- حسن علوان، موضوعة الارهاب في الفضائيات العربية، أطروحة دكتوراه غير
   منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المقتوحة، الدنيارك، 2008.
- 3) حسين علي نور، الدعوات السياسية في القنوات التلفزيونية المحلية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2008.
- 4) سلافة فاروق الزعبي، أخبار العراق في شبكة CNN الأمريكية عن طريق أزمة القصور الرئاسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، 1999.
- 5) شعبان حسن حمادة، إتجاهات السياسة الإخبارية لوكالة الأنباء العراقية
   (2003-1997)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2005.
- 6) صبح ناهي الخزاعي، خصائص الجمهور العراقي وعاداته في التعرض لوسائل
   الإعلام، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام،
   1999.
- 7) عبد الملك ردمان الدناني، الإعلام العربي وتحديات العولمة، أطروحة دكتوراه غير
   منشورة، جامعة بغداد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 1999.
- عبد المنعم كاظم الشمري، وسائل الإعلام وعملية صنع القرار في العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، 1997.
- 9) فاروق علي عمر، وسائل الاتصال الحديثة والرأي العام، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2004.

- 10) فدوئ إبراهيم صالح، تعرض جمهور مدينة بغداد للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة باللغة العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، 2007.
- 11) محمد جاسم فلحي، الوظيفة السياسية للتلفزيون، أطروحة دكتوراه غير منشورة،
   جامعة بغداد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 1998.
- 12) محمد صاحي القريشي، قناة العراق الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 2000.
- 13) نصيف جاسم العزاوي، الوظيفة الاتصالية للتلفزيون، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الأداب، قسم الإعلام، 1997.
- 14) هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري في العراق وسائله وإتجاهاته السياسية (1977-1978)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1980.
- 15) هيمن مجيد حسن، وسائل الاتصال الجهاهيري في إقليم كوردستان ودوره في تشكيل الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليهانية، 2008.

## ثامناً: الصحف والمجلات:

- 1) جريدة الوقائع العراقية، العدد الصادر في 17/6/2003.
- 2) أشور قناة عراقية فضائية جديدة، جريدة الجامعة والمجتمع، ع1، نيسان 2005.
  - 3) مهرجان القنوات الفضائية، مجلة ستالايت، ع581 في 23/10/2004.
- 4) مجلة مبترو، نشرة يومية تصدر باللغتين العربية والكوردية عن معهد صحافة الحرب والسلام بالتعاون مع بعض المؤسسات الإعلامية العراقية وتُعنى بتغطية إنتخابات مجالس المحافظات العراقية.

### تاسعاً: شبكة المعلومات الدولية (الانترنت):

- عمد جاسم فلحي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، محاضرات لطلبة الماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- 2. Daniel Chandler, Cultivation Theory, http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/cultiv.ht ml.
  - 3. تيسير مشارقة، نظرية التأثير النائم والسينها.
  - 4. ايمن عبد الحليم نصار، http://ayman-nassar.maktoobblog.com
    - 5. عبد الجبار خضير عباس، المشهد الإعلامي، جريدة الصباح
- 6. http://www.cmc.iq
  - 7. عبد الحليم الرهيمي، مسيرة الإعلام في العراق بعد 9 نيسان 2003، جريدة المدي.
    - 8. جليل وادي، إعلامنا الديمقراطي .. تشويش الرأي العام، جريدة المدئ.
    - 9. عادل حمود، استقلالية الإعلام ونجاح الديمقراطية في العراق، جريدة الصبح.
      - 10. بدر العتيبي، حرب الفضائيات العراقية، جريدة الرأي العام.
- 11.فائق بطي، الإعلام وتأثيره في العملية السياسية، جريدة المدئ، من أوراق اسبوع المدئ الثقافي الخامس.
  - 12. جليل وادي، الإعلام المعراقي ومشروع الثقافة الوطنية، قناة الفيحاء الفضائية.
  - 13. كامل القيم، الفضائيات العراقية...الله متى تحت الطَرق السياسي؟، قناة الفيحاء الفضائية.
    - 14. صاحب الربيعي، ماهية الديمقراطية، جريدة الاخبار.
- 15. محمد عبد الفتاح الحمراوي، الديمقراطية والحياة السياسية في العراق، 2008، بجلة انكيدو الثقافية.
  - 16. عبد الكريم إبراهيم جامع، الديمقر اطية الإنتخابية، جريدة الصباح.

17.نصر الدين العياضي، التلفزيون والفلسفة: الرؤية والرؤئ،

www.arabmediastudies.net.

- 18. خالد حسن جمعة، الإنتخابات جوهر المارسة للبناء الديمقراطي، جريدة الصباح.
- 19.بن ادريس أحمد، الحاجة إلى نقد أداء وسائل الإعلام (الإستحقاقات الإنتخابية ووسائل الإعلام -الجزائرنموذجاً).
- 20.عبدالفتاح ماضي، مفهوم الإنتخابات الديمقراطية، دراسة مقدمة إلى مشروع دراست الديمقراطية والإنتخابات في البلاد العربية"، دراسات الديمقراطية والإنتخابات في البلاد العربية"، أكسفورد، أغسطس 2006.
- 21.اياد الكناني، دور وسائل الإعلام في الإنتخابات، ورقة عمل قلمت إلى ندوة رؤساء المؤسسات الإعلامية المنعقدة بتاريخ 13/ 7/ 2008.
  - 22. يحين عبد الرقيب الجبيحي، دور الإعلام في الإنتخابات الامريكية.
    - 23. شمخي جبر، جريدة الصباح.
- 24. حميد حسين الشمري، التطور الديمقراطي ومقومات التنمية السياسية، جريدة المدئ.

erminimani y		Stagescholder, 2002, soone o
(p) (sal.ali	Taken at the 1 st Service Serv	
259	التوزيع السبي للذكور والإناث في عينة الدراسة	1
261	توزيع الفتات العمرية لعينة الدراسة في مدينة بغداد	2
262	توزيع المئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة البصرة	3
263	توزيع الفئات العمرية لعينة الدراسة في مدينة صلاح الدين	4
264	مجموع الفئات العمرية لعينة الدراسة في المحافظات الثلاث	5
266	توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدرامي والجنس في مدينة بغداد	6
267	توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة البصرة	7
268	توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي والجنس في مدينة صلاح الدين	8
270	مجموع توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي والجنس في المحافظات الثلاث	9
274	مدئ مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفصائية المرافية	10
274	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لنعرض	11
	عينة المدراسة لملقوات الغضائية العراقية	
278	المقوات الفضائية العواقية التي يُقضل مشاعلتها لدئ عينة الدواسة	12
281	أسباب مشاهدة حينة الدراسة لملقنوات الغضائية العواقية	13
282	مجموع الرسط الحسابي المرجع (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب	14
	مشهدة عبنة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	
283	أمساب عدم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	15
284	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسماب	16
	عدم مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	
285	مدئ إسهام الغنوات الغضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة	17

<del>-</del>		
285	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى إسهام القبوات القضائية العراقية في التعريف بالقضايا العلمة	18
287	مدى تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم للمشاحد العراقي	19
287	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمدئ	20
	تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي	
288	العلاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل المقنوات العضائية	21
	العراقية شأ	
289	مجموع الوسط الحسابي للرجح (اللوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة	22
	بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الغضائية العراقية ه	
290	العلاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات المضانية العراقية وبين الاهتهام بقضايا	23
	معينة لدئ المشاهد العراقي	
291	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة	24
	بين التغطبة الاعلامية للقنوات المضائية العراقية وبين الاهتيام يقضأيا معينة لمدى	
	المُشاهد العراقي	
292	القضاي التي يهتم بها المشاهد المراقي بسبب النغطية الاعلامية للقضائيات العراقية	25
293	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للقضايا	26
	التي يهدم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الاعلامية للفنوات الفضائية العراقية	
294	مدئ تركيز القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لاسباب سياسية	27
294	مجموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	28
	تركيز الفنوات الفضائية العراقية عل قضايا دون سواها لاسباب سياسية	
296	العلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية	29
	وبين زيادة انتخطية الاحلامية لمذه القضايا	

296	مجموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسية (الوزن المتوي) للعلاقة	30
	بين تماعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وس	
	زيادة التغطية الإعلامية لحقم القضايا	
298	مدئ اعتماد عبنة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث دات	31
	الصلة بحياتهم ومستقبلهم	
298	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدئ	32
	احتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة	
	بحياتهم ومستقبلهم	
299	مدى مشاركة عينة الدراسة من محافظة يغداد في انتخابات مجالس المحافظات	33
	العراقية	
300	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدئ	34
	مشاركة عينة الدراسة من محافظة بغداد في انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
301	أسباب عدم مشاركة صبنة الدراسة في انتخابات محالس المحافظات من الذين لر	35
	يشاركوافيها	
302	جموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المئوي) لأسبب	36
	عدم مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المعافظات من الذين لريشاركوا	
	فيها	
303	أسباب مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا	37
	فيها	
303	عمرع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأساب	38
	مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها	
305	مدئ إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في النعريف بانتخابات	39
	مجالس المحافظات العراقية	

305	مجموع الوصط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمدئ	40
	إسهام الغناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بانتخابات مجالس	
	المحفظات العراقية	
307	مدئ تلقي عينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية العرافية	41
	دون مقارنتها مع القنوات المضائية غير العراقية عن حدث معين	
307	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	42
	تلقي عينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية العراقية دون	
	مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين	
309	مدئ إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في	43
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
309	بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المثوي) لمدئ	44
	المجموع القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحقيز على المشاركة في	
	انتخابات مجالس للحافظات العراقية	
311	مدئ تأثر موقف عينة الدراسة من انتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته	45
	القنوات المفضائية العراقية	
311	مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	46
	تأثر موقف عينة الدراسة من انتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته	
	القوات المفضائية المراقية	
312	مدى إسهام الفنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في	47
	اشخابات عائس المحافظات العراقية	
313	مجموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	48
	إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في انتخابات	
	عالس المعافطات العراقية	
``		

314	والمناه أحريما مجالية فالعال الجيد الاحتلام	49
	مهادر بمردد مي احمد ه پ سرات ي احيا ادر سين احداد	
	محالس المحافظات العراقية	
315	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمصادر	50
	المعلومات التي أعتملتها هينة الدراسة في اختيار المرشحين لانتخابات مجالس	
	المحافظات العراقية	
246		
316	مدئ أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قلمتها الفنوات الفضائية العراقية عن	51
	انتخابات عجالس المحافظات العراقية	
317	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن الثنوي) لمدئ	52
	أتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
210		
318	أسبب أتفاق آراه عينة المدراسة مع الآراء التي تقدمها المقتوات الفضائية العراقية	53
	عن انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
319	مجموع الرسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لأسباب	54
	أتفاق آراء هيئة الدراسة مع الآراء التي تفلمها الفنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
321		
521	أسباب عدم أتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها الفنوات الفضائية	55
	العراقية عن انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
322	عموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية التسبية (الوزن المثوي) لأسساب	56
	عدم أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها الفنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات بجالس المحافظات العراقية	
323	تقييم عينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قدمتها الفنوات الفضائية العراقية	57
		, j
	لانتحابات عمالس المحافظات العراقية	
324	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لتقييم	58

	عينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخامات	
	عالس للحافظات العراقية	
325	مدئ حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة النغطية الاعلامية	59
	التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
326	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	60
	حدوث نقاش بين عيمة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التفطية الاعلامية التي	
	قدمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
327	مدئ اعتباد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	61
	المحافظات المراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية	
327	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المثوي) لمدئ	62
	اعتياد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	
	المحافظات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية	
329	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لمدئ عينة الدراسة	63
	بانتخاب مرشح معين	
329	مجموع الموسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	64
	إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بأنتخاب	
	مرشح معين	
330	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرناسج الانتخابي للمرشحين	65
331	محموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى	66
	إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين	
332	مدئ دعرة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الى عدم المشاركة في انتحابات	67
	عجالس للحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
333	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	68

	دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الدعدم المشاركة في انتخمات	
	مجالس المحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
334	مدئ دعوة وتحفيز القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الى المشاركة في	69
	انتحابات مجالس المحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
335	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	70
	دعوة وتحقيز القنوات القضائية العراقية لعينة الدراسة الى المشاركة في انتحابات	
	مجالس المحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
336	مدئ دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة لأختيار قائمة معينة مرشحة	71
•	في انتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التغطية	
	الاعلامية	
337	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية السبية (الوزن المئوي) لمدئ	72
	دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة لأختيار قائمة معينة مرشحة في	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التغطية	
	الاعلامية	
338	مدئ قيام القنوات الفضائية العراقية بالنعريف بانتخابات مجالس المحافظات	73
	العراقية ويرامج للرشحين فيهامن خلال النغطية الاعلامية لهأ	
339	مجموع الومنط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	74
	قيام القنوات الفضائبة العراقية بالتعريف بانتخابات مجالس المحافظات العرقية	
	وبرامج المرشحين فيهامن خلال التغطية الاعلامية لها	
341	الاساس الذي اعتمدته هيئة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات مجالس	75
	المحافظات العراقية	20000
341	معموع الوسط الحسابي للرجح (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للاساس	76
	الذي اعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات مجالس المحافظات	
	العراقية	

77	كيفية تعاسل القنوات الفضائية العراقية في تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	343
78	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسية (الوزن المتوي) لكيفية تعمل القوات الفضائية العراقية في تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	343
79	مدئ تعرض عينة المدراسة للقنوات القضائية العراقية	344
80	بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لتعرض عينة الدراسة لملقنوات الفضائية العراقية	345
81	القنوات الغضائية العراقية التي يُغضل مشاهدتها لمدئ عينة الدراسة	348
82	اسباب مشاهدة عيئة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	<b>U</b> 51
83	بحموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب مشاهدة عينة الدراسة للقنوات العضائية العراقية	352
84	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة	353
85	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة	353
86	مدئ تعبير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وحموم المشاعد المراقي	352
87	جموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى تصير القنوات الفضائية العراقية عن قضايا وهموم المُشاهد العراقي	353
88	العلاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العرائية لها	356
89	محموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية لم	356
90	العلاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام بقضايا معينة لدئ المشاهد العراقي	358

<u> </u>		
358	محموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) للعلاقة	91
	بين التعطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتمام بقضايا معينة لدي	
	المشاهد العراقي	
360	القضايا التي يهتم بها المشاهد العراقي بسبب التغطية الاعلامية للقوات الفصائية	92
	العراقية	
360	مجموع الموسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للقضايا	93
	التي يهشم بها المُشاهد العراقي بسبب المتغطية الاحلامية للقنوات العضائية العراقية	
362	مدئ تركيز القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها لاسباب سياسية	94
362	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	95
	تركيز القنوات الفضائية العراقية عل قضايا دون سواها لاسباب سياسية	
364	العلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القصايا التي تتناوها القنوات الفضائية العراتية	96
	وبين زيادة التغطية الأعلامية لهذه القضايا	
364	مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأحمية السبية (الوزن المئوي) للعلاقة	97
	بين تفاعل عينة الدراسة مع المقضايا التي تتناولها القنوات الفضائية العراقية وبين	
	زيادة التغطية الاعلامية لمذه القضايا	
366	مدى اعتباد هبنة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات	98
	الصلة يحياتهم ومستقيلهم	
366	مجموع الومنط الحسابي المرجع (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	99
	اعتهاد عينة الدراسة على القوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة	
	محياتهم ومستقيلهم	
367	مدئ مشاركة عبنة الدراسة من عافظة صلاح الدين في انتخابات مجالس	100
	المحافظات العراقية	
368	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمدى	101

	- to 1 to the state of the second of the second	
	مشاركة عينة الدراسة من محافظة صلاح المدين في انتخابات مجالس المحافظات	
	المراقية	
369	أساب عدم مشاركة هينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين لر	102
	يشاركوافيها	
369	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المثوي) لأسبب	103
	عدم مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين لمر يشاركوا أ	
	فيها	
371	يوضح أسباب مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين	104
	شاركوا فيها	
371	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأخمية السبية (الوزن المئوي) لأسباب	105
	مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركوا فيها	
373		106
3/3	مدئ إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عبة الدراسة في التعريف بانتخابات	106
	بجالس المحافظات العراقية	
373	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	107
	إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف بانتخابات مجالس	
	المحافظات العراقية	
375	مدئ تلقي عيئة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية المراقية	108
	دون مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين	
200		100
375	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	109
	تلغي عينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية المعراقية دون	
	مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين	
377	مدى إسهام القباة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحفيز على المشاركة في	110
	اشحابات مجالس المحافظات العراقية	

377	and the state of t	111
3//	مجموع الوسط الحسابي المرجح(للوزون)والأعمية النسية (الوزن المنوي) لمدي	111
	إسهام القناة الفضائية التي تابعتها عينة الدراسة في النحفيز على المشاركة في	
	انتحابات مجالس للحافظات العراقية	
379	مدئ تأثر موقف عينة الدراسة من انتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته	112
	القنوات الفضائية العراقية	
379	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية السبية (الوزن المتوي) لمدئ	113
	تأثر موقف عينة الدراسة من انتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته	
	القنوات الفضائية العراقية	
380	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في	114
	انتخابات جالس المحافظات العراقية	
381	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدئ	115
	إسهام القنوات الفضائية للعراقية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في انتخابات	
	عجالس المحافظات المراقية	
382	مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في اختيار المرشحين لانتخابات	116
	مجالس للحافظات العراقية	
383	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمصادر	117
	المعلومات الذي أعتمدتها عينة الدراسة في اختيار المرشحين لانتخابات مجالس	
	المحافظات العراقية	
384	مدئ أتفاق أراء عينة الدراسة مع الآراء التي قلمتها الفنوات الفضائية العراقية عن	118
	انتحامات مجالس للحافظات العراقية	
385	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	119
	أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي قدمتها الفنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
386	أسباب أتدق آراء عينة اللواسة مع الأراء التي تقلعها القنوات الفضائية العراقية	120

	to the first to the street of	
	عن انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
387	عموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب	121
	أتفاق اراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها الفنوات الفضائية العواقية عن	
	ا انتحابات مجالس المحافظات المرافية	
388	أسباب عدم أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات العضائية	122
	العراقية عن انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
389	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب	123
	عدم أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
390	تقييم عينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قلمتها القنوات الفضائية العراقية	124
	لانتخابات بجالس المحافظات العراقية	
391	بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المثوي) لتقييم	125
	عينة الدراسة للتغطبة الاعلامية الني قدمتها الفنوات المضائية العراقية لانتخابات	
	مجالس المحافظات المراقية	
392	مدئ حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التغطية الاعلامية	126
	التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخابات بجالس المحافظات العراقية	
393	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ	127
	حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة التغطية الاعلامية التي	
	قدمتها القنوات الفصائية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
394	مدى اعتباد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	128
	المحافظات العراقية بهاعرضته القنوات الفضائية العراقية	
395	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المثوي) لمدى	129
	اعتباد عيمة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	
	المان هيد المرابعة في المدار والمدار المدار	

	and the desire tellers of the training	
	المحافطات العراقية بها عرضته القنوات الفضائية العراقية	
396	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة	130
	بانتخاب مرشح معين	
396	مجموع الموسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المنوي) لمدئ	131
	إسهام القبوات الفضائية العراقية في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بانتخاب	
	مرشح معين	
398	مدئ إسهام القبوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين	132
398	جموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ	133
	إسهام القنوات الفصائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين	
400	مدئ دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الى عدم المشاركة في انتخابات	134
	عبالس المحافظات المراقية من خلال التعطية الاعلامية لها	
400	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ	135
	دموة القنوات الفضائية العرافية لعينة الدراسة الى عدم المشاركة في انتخابات	
	بجالس المعافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
401	مدئ دعوة وتمغيز المناوات الفضائية المراقية لعينة الدراسة الى الشاركة في	136
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لما	
402		127
104	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدئ	137
	دعوة وتحفيز القنوات الفصائية العراقية لعينة الدراسة لل المشاركة في انتخابات	
	عالس المعافطات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
403	مدئ دعرة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة لأختيار قائمة معينة مرشحة	138
	في انتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التعطية	
	الاعلامية	
404		139
.07	مجمرع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى	137

	A Year of the Control	
	دعوة الفتوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الاعتبار قائمة معينة مرشحة في	
	انتحابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التغطية	
	الاعلامية	
405	مدى قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بانتخابات مجالس المحافظات	140
	العراقية وبرامج المرشحين فيهامن خلال التغطية الاعلامية لها	
406	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	141
	قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
	وبرامج المرشحين فيهامن خلال النغطية الاعلامية لها	
408	الاساس الذي اعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات مجالس	142
	المحافظات المراقية	
409	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) للاساس	143
	الذي اعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات مجالس المحافظات	
	المراقية	
410	كيفية تعامل للفنوات المضائبة العراقية في تعطينها لانتخابات مجالس المحافظات	144
	العراقية	
410	جموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأقمية النسبية (الوزن المتوي) لكيفية	145
	تعامل القنوات الفضائية العراقية في تغطيتها لانتخابات بجالس المحافظات العراقية	
412	تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	146
412	مجموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأعمية النسبية (الوزن المتوي) لتعرض	147
	عينة الدراسة للعنوات الفضائية العراقية	
416	القوات الغضائية العراقية التي يُغضل مشاهدتها لدئ عينة الدراسة	148
419	أسباب مشاهدة عينة الدراسة للفتوات الفضائية العراقية	149
420	مجموع الوسط الحسابي للرجح (للوزون) والأحمية النسبية (الوزن المتوي) لأمساب	150

U		
	مشامدة عيبة الدراسة للقنوات الغضائية العراقية	
421	أسباب مدم مشاعدة حينة للدراسة للقنوات الفضائية العراقية	151
422	مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب	152
	عدم مشامدة حينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية	
423	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالقضايا العامة	153
424	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمدئ	154
	إسهام القنوات الفضائية العراقية في المتعريف بالقضايا المعامة	
425	مدئ تعبير القنوات القضائية العراقية عن قضايا وهموم المشاهد العراقي	155
426	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدئ	156
	تعبير القنوات الغضائية العراقية عن قصايا وهموم المشاهد المعراقي	
427	العلاقة بين عدم الاطلاع عل بعض القصايا المهمة وتجاهل الننوات الفضائية	157
	العراقية شأ	
427	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة	158
450	بين عدم الاطلاع على بعض القضايا المهمة وتجاهل القنوات الفضائية العراقية له	
429	العلاقة بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام بقضايا	159
429	معينة لدئ المُشاهد العراقي	140
449	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة معاددة والاداد والمتدال المعادة المتدال عاش معادده المتدال مشاردة	160
	بين التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية وبين الاهتهام بقضايا معينة لدئ المُشاهد العراقي	
431	المصاحد العراقي المصاحد المراقي بسبب التغطية الاعلامية للقوات الفصائية	161
<b>-</b>	العصاق التي يهم بها الساعد العراقي بسبب التعطيه الاعتراب المصاف	
431	عمرع الوصط الحسابي المرجح (الموزون) وا <b>لأهمية النسبية (ا</b> لوزن المتوي) للقضايا	162
	التي يهتم جا المُشاعد العراقي بسبب التغطية الاعلامية للقنوات الفضائية العراقية	

16: مدئ تركيز القوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها الاسباب سياسية (الوزن المنوي) لتركير المنافع عموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لتركير الفترات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها الاسباب سياسية (العراقية العراقية المنافعة الاعلامية المنافعة الاعلامية المنافعة الاعلامية المنافعة الاعلامية المنافعة الاعلامية المنافعة النسبية (الموزن المنوي) المعلاقة بين تفاعل عينة المدراسة مع القضايا التي تناولها القنوات العضائية العراقية وبين تفاعل عينة المدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الاحداث ذات العملة بحياتهم ومستقبلهم المنافعة العراقية في متابعة الأحداث ذات العملة المواسعة المنافعة العراقية في متابعة الأحداث ذات العملة بحياتهم ومستقبلهم ومستقبله الأستوانية في متابعة الأحداث ذات الصاله والمنافعة المراقية في متابعة الأحداث ذات الصاله والمراقية في متابعة الأحداث ذات الصاله والمراقية في متابعة الأحداث ذات المراقية في متابعة الأحداث ألمراقية في متابعة المراقية في متابعة ا
القنوات الفضائية العراقية على قضايا دون سواها الاسباب سياسية  16. العلاقة بين تماعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية العراقية وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا عموع الموسط الحسابي المرجح (المرزون) والأهمية النسبية (الموزن المثوي) للعلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية العراقية وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا مدى اعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الاحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم المحموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المثوي) لمدئ اعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة اعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة اعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العناد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية وي متابعة الأحداث ذات الصلة الموافية وي متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية وي متابعة الأحداث ذات الصلة الموافية وي متابعة الأحداث ذات العراقية وي متابعة الأحداث ذات العراقية وي متابعة الأحداث ذات العراقية وي متابعة الأدراسة على القونون المتابعة الأحداث ذات العراقية وي متابعة الأحداث ذات العراقية وي المحداث المحداث العراقية وي المحداث العراقية وي المحداث العراقية وي المحداث العراقية وي المحداث المحداث المحداث العراقية وي العراقية وي المحداث العراقية وي العراقية وي العراقية وي العراقية وي
16 وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا التي تتناولها القنوات المضائية العراقية (وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا عموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) للعلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية العراقية وبين زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا مدئ اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم الصلة بحياتهم ومستقبلهم على المقنوات الفضائية العراقية في متابعة (الوزن المثوي) لمدئ اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية العراقية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة المستفيد العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة المتنافية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة الأحداث ذات العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في القنوات العراقية في العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في الع
وبين زيادة التنطية الاعلامية لهذه القضايا 16 محموع الموسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المئوي) للعلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية المعرائية وبين زيادة التنطية الاعلامية لهذه المقضايا التي تتناولها القنوات العضائية الاحداث ذات 437 مدئ اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الاحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم 16 مجموع الموسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المثري) لمدئ اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات العباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات العباد عينة الدراسة على القنوات الفسائية العراقية في متابعة الإحداث ذات العباد عينة الدراسة على القنوات العباد عينة الدراسة على القنوات العباد عينة الدراسة على القنوات العباد على المنائية العراقية في متابعة الأدراب العباد عينة الدراسة على القنوات العباد عينة الدراسة على القنوات العباد على ال
16 جموع الوسط الحسابي المرجح (المرزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) للعلاقة بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية المعرافية وبين زيادة التنطية الاعلامية لهذه القضايا مدئ اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم الصلة بحياتهم ومستقبلهم 16 جموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العناد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة القباء القباء الفسانية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في متابعة الأحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في القنوات المتحداث ذات العراقية في
بين تفاعل عينة الدراسة مع القضايا التي تتناولها القنوات العضائية العراقية وبين زيادة التنطية الاعلامية لهذه القضايا مدئ اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم الصلة بحياتهم ومستقبلهم على الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثري) لمدئ 437 معرع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثري) لمدئ اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
زيادة التغطية الاعلامية لهذه القضايا 16 مدى اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الاحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم الصلة بحياتهم ومستقبلهم 16 مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ اعتياد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
زيادة التغطية الاعلامية لحده القضايا 16 مدى اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة بحياتهم ومستقبلهم الصلة بحياتهم ومستقبلهم 16 مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ اعتباد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
الصلة بحياتهم ومستقبلهم 16 مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثري) لمدئ 437 اعتماد صينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
16 مجموع الوسط الحسابي المرجع (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثري) لمدئ 437 اعتباد صينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
اعتهاد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العراقية في متابعة الأحداث ذات الصلة
بحياتهم ومستقبلهم
16 مدئ مشاركة عينة الدراسة من محافظة البصرة في انتخابات مجالس المحافظات 438
العراقية
17 مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى 439
مشاركة عينة الدراسة من محافظة بغداد في انتخابات مجالس المحافظات العراقية
17 أساب عدم مشاركة عيمة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين لر 440
يشاركوا فيها
17 مجموع الوسط الحسابي للرجح (للوزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لأسباب 441
عدم مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس للحافظات من الذين لر يشركوا
فيها
17 أساب مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس المحافظات من الذين شاركو، 442

	فيها	
443	بحموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأحمية النسبية (الوزن المنوي) لأسباب مشاركة عينة الدراسة في انتخابات مجالس للحافظات من الذين شاركوا فيها	174
444	مدئ إسهام القباة القضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التعريف باشخابات المالس المحافظات العراقية	175
444	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ إسهام الفناة الفضائية التي تابعتها هيئة الدراسة في التعريف بانتخابات مجالس المحفظات العراقية	176
446	مدى تلقي عينة الدراسة للمعلومات التي نقلتها لهم القنوات الفضائية العراقية دون مقارنتها مع القنوات الفضائية غير العراقية عن حدث معين	177
446	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثوي) لمدئ تلقي عينة الدراسة للمعلومات الني نقلتها لهم القنوات القضائية العراقية دون مقارنتها مع القنوات القضائية غير المعراقية ص حدث معين	178
448	مدى إسهام القناة الغضائية التي تابعتها عينة الدراسة في التحقيز على المشاركة في انتخابات مجالس المحافظات المراقية	179
448	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدى اسهام الفناة الفضائية التي تابعتها عينة المدراسة في التحفيز على المشاركة في انتخابات مجالس المحافظات المعراقية	180
450	مدئ تأثر موقف عبنة الدراسة من انتخابات مجالس المحافظات العراقية بها قدمته القنوات الفضائية العراقية	181
450	محموع الموسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى تأثر موقف عينة الدراسة من انتخابات مجالس للحافظات العراقية بها قدمته الشوات المفضائية العراقية	182

451	مدئ إسهام القنوات القضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة على للشاركة في	183
	المتحابات بجالس للحافظات العراقية	
452	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى	184
	إسهام القوات الفضائية العراقية في تحفيز عينة الدراسة على المشاركة في المحابات	
	بجالس المحافظات العراقية	
454	مصادر المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في اختيار المرشحين لانتخابات	185
	مجالس المحافظات العراقية	
455	جموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمصادر	186
	المعلومات التي أعتمدتها عينة الدراسة في اختيار المرشحين لانتخابات مجالس	
	المسعافطات العراقية	
456	مدئ أتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن	187
	انتخابات مجالس للحافظات العراقية	
457	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدئ	188
	أتفاق آراء عينة الدراسة مع الأراء التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن	
	انتخابات مجالس المحامظات المراقية	
458	أسباب أنفاق آراه عينة الدراسة مع الآراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية	189
	عن انتخابات بجالس للحافظات المراقية	
459	بجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية السبية (الوزن المتوي) لأسباب	190
	أَتَفُقُ آراء عينة الدراسة مع الأراء التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية على	
	اشخابات محالس المحافظات العراقية	
460	أساب عدم أتفاق آراء عينة الدراسة مع الآراء الذي تقدمها القنوات الفضائية	191
	العراقية عن انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
461	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المنوي) لأسباب	192
	عدم أثفاق آراء عينة اللراسة مع الآراء التي تقلمها القنوات المضائية العراقية عن	

	انتخابات مجالس المحافظات العراقية	
462	تقييم عينة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قلمتها القنوات الفصائية العراقية	193
	لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
463	مجموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لتقييم	194
	عيبة الدراسة للتغطية الاعلامية التي قلمتها الفنوات الفضائية العراقية لانتحابات	
	مجالس للحافظات العراقية	
464	مدئ حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناه على متابعة التغطية الاعلامية	195
	التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخابات بجالس للحافظات العراقية	
465	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدئ	196
	حدوث نقاش بين عينة الدراسة وأسرهم بناء على متابعة النغطية الاعلامية التي	
	قلمتها القنوات الفضائية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
466	مدى اعتياد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	197
	المحافظات المراقية بما عرضته القنوات الفضائية العراقية	
467	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدئ	198
	اعتباد عينة الدراسة في مناقشاتها ومعلوماتها عن المشاركة في انتخابات مجالس	
	المحافظات العراقية بما عرضته القنوات الفضائية العراقية	
468	مدئ إسهام القنوات الفصائية العراقية في تكوين القباعة لدئ عينة الدراسة	199
	بانتخاب مرشح معين	
468	محموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية للنسبية (الوزن المئوي) لمدئ	200
	إسهام القنوات العضائية العراقية في تكوين القناعة لدئ عينة الدراسة بأنتحاب	
	موشح معين	
420		201
470	مدئ إسهام القنوات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين	201

470	محموع الوسط الحسابي للرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المئوي) لمدى	202
	إسهام القبرات الفضائية العراقية في التعريف بالبرنامج الانتخابي للمرشحين	
472		203
4/2	مدئ دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الله عدم المشاركة في انتخابات	203
	مجالس للحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لها	
472	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المتوي) لمدى	204
	دعوة القنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الى عدم المشاركة في التخابات	
	مجالس المحافظات العراقية من عملال التفطية الاعلامية لما	
474	مدى دعوة وتحفيز الفنوات الفضائية العراقية لعينة الدراسة الن المشاركة في	205
	انتخابات مجالس للحافظات العراقية من خلال التغطية الاعلامية لما	
474	ا مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المثنوي) لمدئ	206
	دعوة وتحفيز القنوات الفضائية العراقية لعيمة الدراسة الى المشاركة في انتخابات	
	مجالس المحافظات العراقية من خلال النغطية الاعلامية لما	
476	مدئ دعوة القنوات الفضائية العراقية لعيبة الدراسة لأخنيار قائمة معينة مرشحة	207
	في انتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التغطية	
	الأعلامية	
477	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الوزن المنوي) لمدئ	208
	دعوة الغنوات الفضائبة المعراقية لعينة الدراسة لأختيار قائمة معينة مرشحة في	
	انتخابات مجالس المحافظات العراقية والتحيز اليها مباشرة من خلال التغطية	
	الاعلامية	
478	مدئ قيام القنوات الفضائية العراقية بالتعريف بانتخابات عجالس المحافظات	209
	العراقية وترامج المرشحين فيها من خلال التغطية الاعلامية لها	
479	محموع الرسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسبية (الموزن المتوي) لمدى	210
	قبام القنوات الفضائية العراقية بالتحريف بانتخابات مجالس المحافظات العراقية	
	وبرامج للرشحين فيهامن خلال التغطية الاعلامية لها	

481	no other attribute to the second of the table	211
101	الاساس الذي اعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات بجالس المحافظات العراقية	211
482	عجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسية (الموزن المنوي) للاساس المدين اعتمدته عينة الدراسة في اختيار المرشح لانتخابات مجالس المحافظات المعراقية	212
483	كيفية تعامل القنوات الفضائية العراقية في تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	213
483	مجموع الوسط الحسابي المرجح (الموزون) والأهمية النسية (الوزن المنوي) لكيفية تعامل القنوات الفضائية العراقية في تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات العراقية	214



## المؤلف في سطور

- مواليد بغداد 1978.
- \* حاصل على درجة البكالوريوس في الإعلام من جامعة بغداد/ كلية الأداب/ قسم الإعلام في عام 2000.
- حاصل على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة بفداد/ كلية الإعلام/ قسم الصحافة الإذاعية والثلفزيونية في عام 2006.
- \* حاصل على درجة الدكتوراد في الإعلام من جامعة بغداد/ كلية الإعلام/ قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية في عام 2010.
  - \* عمل تدريسي في كلية الإعلام / جامعة بقداد.
  - " يعمل حالياً بدرجة دبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية.
    - عضو ثقابة الصحفيين العراقيين.
    - \* عضو جمعية الباحثين والتدريسيين الجامعيين.
  - عضو الهيئة التنفيذية للمعهد الدولي للتفاوض والعلوم الاستراتيجية (INI)
    - عمل مدير تحرير جريدة التجارة الحرة الاقتصادية .
    - \* عمل في عدد من منظمات المجتمع المدني العراقية.
    - عمل في عدد من مؤسسات الصحافة المقروءة العربية والعراقية .

## الشهادات التقديرية ;

- شهادة تقديرية من منظمة ازدهار (USAID) عن المشاركة في ندوة التحليل الصناعي .
- شهادة تقديرية من (IACCI) عن المشاركة في الندوة الاقتصادية الاولى لتفعيل دور القطاع الخاص في العراق.
- 3. شهادة تقديرية من معهد صحافة الحرب والسلام عن المشاركة في دورة الحماية القانونية للمحفيين العراقيين ،

## البحوث المنشورة:

- بحث منشور في مجلة تواصل الصادرة عن هيئة الإعلام والاتصالات العراقية بعنوان "واقع التدفق الإخباري الدولي" في عام 2008.
- بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي العلمية المحكمة الصادرة عن كلية الإعلام/ جامعة بغداد يعنوان
   "نظرية ترتيب الأولوبات" في عام 2010.
  - بحث مشترك منشور ضمن أعمال المؤتمر العلمي السنوي السادس لكلية الإعلا
     "دور التغطية الإعلامية للقنوات القضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الجمهور
     2012.
  - بحث منشور في مجلة صدى الخارجية الصادرة عن وزارة الخارجية العراقية به وتعزيز ديمقراطية الإعلام" في عام 2013.
  - بحث منشور في مجلة صدى الخارجية الصادرة عن وزارة الخارجية العراقي
     ودوره في الديمقراطية "في عام 2014.

Bibliothera Mexamelrina 1241339

ייינון: דירטורויינוה מושי :דיריטו דירטוריינוה דירו-מרייינוה ובוציינוה

הייתי-מיתי הייתי בייתי מיתיים בייתי-מיתי הייתיים dar.almajd@hotmail.com dar.amjad2014dp@yahoo.com





عمان - الأردن - ومط البلد- مجمع القديس - الطابق الثالث



مثوان

ي عام

واطن

الحام